



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI
CURSO DE JORNALISMO

**A MUDIATIZAÇÃO DIGITAL DA IGREJA CATÓLICA: UMA ANÁLISE
DO APLICATIVO CLICK TO PRAY**

Carla Bagnara

Lajeado, novembro de 2019

Carla Bagnara

A MUDIATIZAÇÃO DIGITAL DA IGREJA CATÓLICA: UMA ANÁLISE DO APLICATIVO CLICK TO PRAY

Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso de Jornalismo, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Micael Vier Behs

Lajeado, novembro de 2019

AGRADECIMENTOS

Ao chegar ao final desta trajetória – e ao início de outra, quero deixar registrada minha sincera gratidão às pessoas que muito participaram e contribuíram para a conclusão de mais essa etapa na minha vida.

Primeiro, agradeço a Deus, minha força, minha luz, minha razão e meu guia.

Ao meu amado esposo e melhor amigo, Cleberson Paulo, que tanto me apoiou nesta caminhada e que tanto renunciou para que eu pudesse chegar até aqui. Obrigada pelo amor, carinho e compreensão.

Aos meus pais, Rissorto e Solange, que muito se esforçaram para sempre dar o melhor à nossa família. Obrigada pela educação baseada em princípios e valores, pela motivação e amparo.

A minha irmã e melhor amiga, Laura, pelas palavras reconfortantes nos momentos em que pensei em desistir. Obrigada pelo auxílio e afeto. E claro, por conciliar a maternidade com as minhas demandas.

Ao meu cunhado, Matias, pelo companheirismo e afeição. Obrigada por ser presença amiga perante os desafios que passei.

As minhas amigas, Francielen e Vanessa, pelas conversas, desabaços e conselhos. Obrigada pela amizade sincera e pela parceria durante toda a graduação.

Ao meu orientador, Micael, pela instrução, ajuda e paciência.

E a todos os meus professores pelos ensinamentos, recomendações e sugestões.

Muito obrigada! Amo muito vocês!

Vamos FIrme!

RESUMO

Em consequência da globalização, da maturação e da convergência tecnológica, os meios de comunicação tradicionais passaram a operar, de forma intensa, mecanismos como a internet. Instituições e atores sociais começam a se apropriar de tecnologias midiáticas como mediadoras de suas práticas sociais. Neste cenário, aponta o fenômeno da midiatização. A Igreja Católica, historicamente presente no âmbito da comunicação social, observa o surgimento de novos ambientes, principalmente no âmbito digital, em decorrência deste fenômeno e sente a necessidade de renovação nos seus modos de comunicação e construção de vínculos. Como um novo campo de experiência religiosa em relação à ação evangelizadora, surge o aplicativo Click To Pray, usado como plataforma oficial de oração pelas intenções do Papa. Em uma abordagem qualitativa, esta pesquisa busca entender como a instituição religiosa católica, por meio deste aplicativo específico, constrói vínculos interacionais com seus fiéis através da partilha da oração em uma sociedade em midiatização. A fim de compreender o fenômeno e os protocolos de uso e funções do aplicativo, o estudo utiliza dos métodos bibliográfico e análise documental. Os dados foram coletados através de um questionário aplicado a um grupo católico específico com o objetivo de entender como é estabelecida a relação da Igreja com os fiéis, como o aplicativo os ajuda na prática oracional e qual a sua aceitação perante o público. A pesquisa aponta uma relação contínua entre os processos midiáticos e o campo religioso, especificamente o católico, e conclui que o aplicativo Click To Pray é um dispositivo resultante da midiatização digital que auxilia na prática social, e, além disso, publiciza a narrativa da Igreja perante as questões sociais. Do mesmo modo, usos e apropriações do aplicativo são ressignificados pelos fiéis que o utilizam como forma de estreitar vínculos com o Papa a partir de demandas específicas.

Palavras-chave: Midiatização. Religião. Igreja Católica. Aplicativo Click To Pray.

ABSTRACT

As a result of globalization, maturation and technological convergence, the traditional media has intensively operated mechanisms such as the internet. Social institutions and actors are beginning to appropriate of media technologies as mediators of their social practices. In this context, the phenomenon of mediatization emerges. The Catholic Church, historically present in the social communication field, observes the emergence of new environments, especially in the digital field, as a result of this phenomenon and feels the need for renewal in its modes of communication and construction of bonds. As a new field of religious experience in relation to evangelizing action the Click To Pray app emerges. It is used as an official prayer platform for the Pope's intentions. In a qualitative approach, this research seeks to understand how the Catholic religious institution, through Click to Pray app, builds interactional bonds with its faithful by sharing prayer in a mediatized society. The research points to a continuous relationship between media processes and the religious field, specifically the Catholic field, and concludes that the Click To Pray app is a device resulting from digital mediatization that assists in social practice, and also publicizes the Church's narrative in front of social issues. Similarly, uses and appropriations of the application are re-signified by the faithful who use it as a way to strengthen bonds with the Pope based on specific demands.

Keywords: Mediatization. Religion. Catholic Church. Click To Pray App.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema-modelo fenômeno da midiatização	17
Figura 2 – Tela Inicial do aplicativo Click To Pray	36
Figura 3 – Tela do app com o indicativo de quantas pessoas já rezaram no mês	37
Figura 4 – Ícone Click To Pray e ícone de compartilhamento externo	38
Figura 5 – Mensagem ao clicar no botão Click To Pray	38
Figura 6 – Opções de compartilhamento e tela do formato do link no compartilhamento via WhatsApp	39
Figura 7 – Tela principal da seção Reza com o Papa	40
Figura 8 – Telas com a Oração, Oração de oferecimento e Propostas para o mês de Março de 2019 na seção Reza com o Papa	41
Figura 9 – Telas seção Reza cada dia com as orações na manhã, tarde e noite	42
Figura 10 – Tela inicial da seção Reza em rede	43
Figura 11 – Tela do perfil do Papa Francisco no aplicativo Click To Pray.....	44
Figura 12 – Seção Doar no aplicativo Click To Pray	45
Figura 13 – Telas seção Campanhas de oração.....	46
Figura 14 – Elementos acessíveis na meditação dos Mistérios do Rosário.....	47
Figura 15 – Ícones de informações e configuração de perfil	48
Figura 16 – Possibilidades de edição do perfil do usuário	49
Figura 17 – Possibilidades de edição do perfil do usuário	50
Figura 18 - Papa Francisco no " Vídeo do Papa" no mês de janeiro de 2019.....	60
Figura 19 - Intenção mês de janeiro 2019.....	61
Figura 20 - Oração mês de janeiro 2019.....	62
Figura 21 - Propostas de ação mês de janeiro 2019.....	63
Figura 22 - Intenção mês de fevereiro de 2019.....	64
Figura 23 - Oração mês de fevereiro 2019.....	64
Figura 24 - Oração de oferecimento mensal	65
Figura 25 - Propostas de ação mês de fevereiro de 2019.....	66
Figura 26 - Intenção mês de março de 2019.....	67
Figura 27 - Oração mês de março de 2019.....	67

Figura 28 - Propostas de ação mês de março de 2019.....	68
Figura 29 - Intenção mês de abril de 2019.....	69
Figura 30 - Oração mês de abril de 2019.....	70
Figura 31 - Propostas de ação mês de abril de 2019.....	70
Figura 32 - Intenção mês de maio de 2019.....	71
Figura 33 - Oração mês de maio de 2019.....	72
Figura 34 - Propostas de ação mês de maio de 2019.....	72
Figura 35 - Intenção mês de junho de 2019.....	73
Figura 36 - Oração mês de junho de 2019.....	74
Figura 37 - Propostas de ação mês de junho de 2019.....	74
Figura 38 - Intenção mês de julho de 2019.....	75
Figura 39 - Oração mês de julho de 2019.....	76
Figura 40 - Propostas de ação mês de julho de 2019.....	76
Figura 41 - Intenção mês de agosto de 2019.....	77
Figura 42 - Oração mês de agosto de 2019.....	78
Figura 43 - Propostas de ação mês de agosto de 2019.....	78
Figura 44 - Intenção mês de setembro de 2019.....	79
Figura 45 - Oração mês de setembro de 2019.....	80
Figura 46 - Propostas de ação mês de setembro de 2019.....	80
Figura 47 - Perfil do usuário na seção Reza em Rede.....	82
Figura 48 - Perfil Papa Francisco na seção Reza em Rede.....	83
Figura 49 - Comentários de usuários na seção Reza em Rede.....	87
Figura 50 - Intenção de oração do Papa pelo ataque terrorista nas Filipinas	88
Figura 51 - Comentários de usuários na publicação do Papa sobre o ataque terrorista nas Filipinas.....	89
Figura 52 - Intenção de oração do Papa pelo ataque aéreo na Líbia.....	90
Figura 53 - Intenção de oração do Papa pela Amazônia	91
Figura 54 - Comentários dos usuários na publicação do Papa sobre a Amazônia ...	91
Figura 55 - Publicação do Papa usando a Hashtag	92
Figura 56 - Uso da amenização com a expressão Amém.....	93
Figura 57 - Publicação de usuários em seus perfis na seção Reza em Rede	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Síntese intenção mensal x número de interagentes.....	81
Tabela 2 - Publicações do Papa Francisco em seu perfil na seção Reza em Rede .	84
Tabela 3 - Características gerais dos participantes do questionário	95
Tabela 4 - Respostas referentes à frequência de uso do aplicativo	96
Tabela 5 - Respostas a respeito da usabilidade do aplicativo.....	97
Tabela 6 - Opiniões dos respondentes sobre o conteúdo do aplicativo	98
Tabela 7 - Opiniões dos respondentes sobre a proposta do aplicativo	99
Tabela 8 - Respostas referentes às interações realizadas no perfil do Papa.....	100
Tabela 9 - Respostas sobre a reflexão de alguma intenção específica	101
Tabela 10 - Opiniões dos respondentes sobre o conteúdo das preces.....	101
Tabela 11 - Opiniões dos respondentes sobre a validade das orações feitas no aplicativo	103
Tabela 12 - Opiniões dos respondentes sobre possível mudança na proximidade com questões da Igreja Católica.....	104

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1 Midiatização da sociedade	14
2.1.1 Midiatização do campo religioso.....	26
3 DESCRIÇÃO DO OBJETO.....	34
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	51
5 ANÁLISES	58
5.1 Análise do aplicativo Click To Pray – Seção “Reza com o Papa”	59
5.2 Análise do perfil do Papa Francisco na seção “Reza em rede” do aplicativo Click To Pray	82
5.3 Análise do questionário.....	95
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
REFERÊNCIAS.....	109
APÊNDICE.....	114
APÊNDICE A – Questionário aplicado.....	115

1 INTRODUÇÃO

A Igreja Católica, historicamente, sempre esteve presente no âmbito da comunicação social principalmente através de seus próprios veículos. Com o fenômeno da midiatização da religião e o consequente surgimento de uma nova ambiência comunicacional, a instituição católica percebeu a necessidade de renovação nos seus ambientes comunicacionais, tanto internos quanto externos, estabelecendo novas estratégias de vínculo junto aos seus fiéis.

Desde o início da era da internet, especialmente a partir da virada do século, a instância máxima da Igreja, representada pelo seu Sumo Pontífice, tem se manifestado sobre essas transformações sociais provocadas pela midiatização. Uma forma de expressão é a Mensagem Papal para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, publicada nos veículos oficiais do Vaticano anualmente na festa de São Francisco de Sales, considerado o padroeiro dos jornalistas e lembrado no dia 24 de janeiro.

Em 2002, em alusão ao 36º Dia Mundial das Comunicações, o então Papa, João Paulo II, reconheceu a internet como um novo espaço a ser explorado para também propagar a mensagem do Evangelho de Cristo e convocou a Igreja a aproximar-se da nova realidade com realismo e esperança. O sucessor de João Paulo II, o papa emérito Bento XVI, continuou com esse posicionamento, também demonstrando interesse em sintonizar a Igreja às demandas emergentes no campo da comunicação. Em sua mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais reconheceu que as novas tecnologias provocam “mudanças fundamentais

nos modelos de comunicação e nas relações humanas” (BENTO XVI, 2009, texto digital). Em sua última manifestação como Papa para o Dia das Comunicações, em 2013, o pontífice referiu-se às redes sociais como novos territórios para a evangelização.

O Papa Francisco, desde que assumiu o pontificado, em 2013, redige as mensagens considerando o progresso da globalização e da tecnologia e suas consequentes transformações na sociedade contemporânea. Ademais, ele reitera a importância da presença da Igreja Católica Apostólica Romana no universo da comunicação, essencialmente no ambiente digital. Ainda que a instituição esteja pautada por regras e diretrizes bastante consolidadas ao longo do tempo, é nítido que ela reconhece a importância do uso das ferramentas comunicacionais, tanto as tradicionais quanto as digitais, como forma de propagação da sua mensagem evangélica e do estabelecimento de vínculos junto aos seus fiéis.

Desta forma, a Igreja percebe a necessidade de redefinição do seu modelo comunicacional. Ao longo do tempo a instituição instaurou uma redoma midiática que já envolve o fiel, contemplada por emissoras de rádio e televisão, jornais, revistas, porém surge neste momento específico da ascensão do ambiente digital, especificamente com as plataformas sociodigitais (redes sociais), um novo campo para a experiência religiosa no que tange à ação evangelizadora: o aplicativo Click To Pray, usado como plataforma oficial de oração pelas intenções do Papa.

O app integra a plataforma digital da Rede Mundial de Oração do Papa e da sua seção juvenil Movimento Eucarístico Juvenil (MEJ) voltada para o compartilhamento de orações entre os usuários (entre eles o Papa Francisco). Disponível tanto para Android quanto para iOS, Click To Pray é gratuito e acessível em seis idiomas (espanhol, inglês, italiano, francês, português e alemão), além de dispor de uma página web (clicktopray.org/pt-pt/). A plataforma tem cinco seções, sendo três as principais: “Reza com o Papa”, com as intenções mensais do Pontífice pelos desafios atuais da humanidade e da missão da Igreja; “Reza cada dia”, que propõe três momentos de oração diários; e “Reza em rede”, um espaço onde os usuários partilham as suas orações com os outros.

Desta forma, ao final da pesquisa a intenção é entender como a Igreja Católica, através deste aplicativo específico, constrói vínculos interacionais com seus fiéis, através da partilha da oração em uma sociedade em midiatização. Para tanto, analisaremos as principais funções e protocolos de uso do aplicativo Click To Pray e aplicaremos um questionário a um grupo específico, formado por 11 pessoas com idade entre 19 e 32 anos, procurando entender como a instituição religiosa estabelece estratégias de relação e interação com seus fiéis e de que forma os auxilia em suas práticas diárias de oração.

Nesse sentido, pretendemos também observar as especificidades dos processos interacionais desenvolvidos no app entre os fiéis e a Igreja, representada pela sua instância máxima, o Papa Francisco, a adequação e aceitação do aplicativo pelos usuários, além de compreender a relação entre os processos midiáticos e o fenômeno religioso na contemporaneidade.

Para tanto, no segundo capítulo desta pesquisa exploraremos uma diversidade de autores para desenvolver o conceito de midiatização da sociedade, tendo como base pesquisadores da área como Eliseo Verón, Pedro Gilberto Gomes, Antônio Fausto Neto, José Luiz Braga, Stig Hjarvard e Moisés Sbardelotto. Aprofundaremos a discussão a respeito do fenômeno da midiatização do campo religioso, especificamente a religião católica, principalmente no ambiente digital. Neste subitem os principais autores que utilizaremos como referência continuarão sendo Antônio Fausto Neto e Moisés Sbardelotto, além de Paulo Roque Gasparetto e Ricardo Zimmermann Fiegenbaum.

Por fim, falaremos mais especificamente sobre o objeto de análise, o aplicativo Click To Pray. Exemplificaremos por meio de capturas de tela (*prints*) e detalharemos suas características gerais e técnicas, seus protocolos de usos, as postagens realizadas e as narrativas construídas, relacionando ao seu contexto de uso, uma sociedade em midiatização.

O acelerado desenvolvimento tecnológico, principalmente no que tange as ferramentas comunicacionais, e o surgimento de mídias sociais, têm colocado o evento midiatização da sociedade como um objeto científico de referência nas

pesquisas em comunicação. Dessa forma, reconhecer e aprofundar o entendimento acerca da relação existente entre Igreja Católica, comunicação e fiéis no contexto da midiatização se faz necessário, pois a Igreja não tem se mantido um espectador passivo diante da comunidade conectada. Entender e perceber a ação da Igreja Católica neste novo ambiente comunicacional, é uma forma de perceber e compreender melhor a sociedade, visto que a instituição religiosa sempre exerceu um papel de destaque na formação sociocultural.

O fascínio pelas formas de comunicação utilizadas pela Igreja Católica me acompanhou durante toda a graduação e a escolha do aplicativo Click To Pray como objeto de estudo foi consequência da minha experiência como jovem cristã. Assim, também acredito que explorar os processos midiáticos no catolicismo será uma atividade que integrará evolução acadêmica, profissional e pessoal, em função do meu autêntico interesse pelo assunto, visto que sou uma cristã praticante.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é introduzido o referencial teórico desta pesquisa a fim de compreender o processo de mediação da sociedade contemporânea e, de forma mais específica, o fenômeno da mediação do campo religioso. Tais temáticas são exploradas através de uma diversidade de autores que facilitam o entendimento desse conceito central para o desenvolvimento desta pesquisa, tais como Antônio Fausto Neto (2002; 2018), Eliseo Verón (1997; 2014), José Luiz Braga (2006; 2009), Moisés Sbardelotto (2017), Paulo Roque Gasparetto (2010), Pedro Gilberto Gomes (2011; 2017), Ricardo Fiegenbaum (2006) e Stig Hjarvard (2014).

2.1 Mediação da sociedade

“A mediação é a chave hermenêutica para a compreensão e a interpretação da realidade” (GOMES, 2017, p. 78).

Antes de atentarmos ao conceito de mediação, julgamos necessário contextualizar sucintamente o percurso histórico deste processo. Fausto Neto (2018) observa que os estudos sobre mediação¹ e mediação estão desde os anos 1980 no centro das pesquisas latinas em comunicação. Desde então, os conceitos desenvolvem-se em diferentes ângulos e âmbitos. Fausto Neto (2018) indica três

¹ “Mediação diz respeito à comunicação realizada a partir de um meio, cuja intervenção pode afetar tanto a mensagem quanto a relação entre o emissor e o receptor. [...] descreve o ato concreto da comunicação por meio de um tipo de mídia em um contexto social específico” (HJARVARD, 2014, p. 39).

principais cenários latinos nos quais esses conceitos são elaborados e anunciados: no primeiro, chamado de “desembarque do difusionismo”, o modelo de comunicação era baseado na percepção de “transferência de conhecimentos” (p. 67), como um campo de recepção de mensagens. No segundo cenário surgem críticas “ao modelo funcional da ‘ação social organizada’” (p. 67), formuladas, de modo central, pelo pesquisador Jesús Martín-Barbero que faz uma análise crítica em torno da relação dos meios massivos com os atores sociais.

O pensamento deste autor contribui para a formulação de outro desenho sobre tais relações. Recusando a ascendência (unilateral) dos meios sobre os atores em recepção, ele diz haver uma relação, mas que é mediada por diferentes aspectos (culturais, políticos, etc.) relativos às práticas sociais dos indivíduos. Portanto, no lugar da difusão, a ênfase da ação comunicacional estaria centrada nas mediações sociais (FAUSTO NETO, 2018, p. 67).

Em um terceiro cenário, Fausto Neto (2018) descreve a complexificação da sociedade decorrente do avanço tecnológico dos meios de comunicação. Tal complexificação afeta as práticas sociais e, segundo o autor, “apontam para a existência da midiaticização, conceito formulado pela primeira vez por Eliseo Verón, em 1986, e cuja materialidade de sentidos se faz também através de complexos processos de circulação” (FAUSTO NETO, 2018, p. 68).

Este terceiro cenário apontado por Fausto Neto (2018) é também caracterizado pela globalização que, juntamente com a maturação e a convergência tecnológica, ampliou “as possibilidades de interação, relação e comunicação nos diversos âmbitos sociais” (SGORLA, 2009, p. 62). Nesta conjuntura, os meios de comunicação tradicionais² foram redimensionados e “passaram a fazer uso, de maneira intensa, dos mecanismos associados aos sistemas digitais, tais como a internet” (SGORLA, 2009, p. 62). E os indivíduos, conforme Fabiane Sgorla (2009), começaram a usar e a se apropriar das tecnologias midiáticas como mediadoras de suas práticas sociais. É neste cenário que emerge o fenômeno da midiaticização, “no qual as tecnologias, as técnicas, as lógicas, as estratégias e as linguagens das mídias passam a fazer parte das dinâmicas dos vários campos sociais” (SGORLA, 2009, p. 60), inclusive do campo religioso.

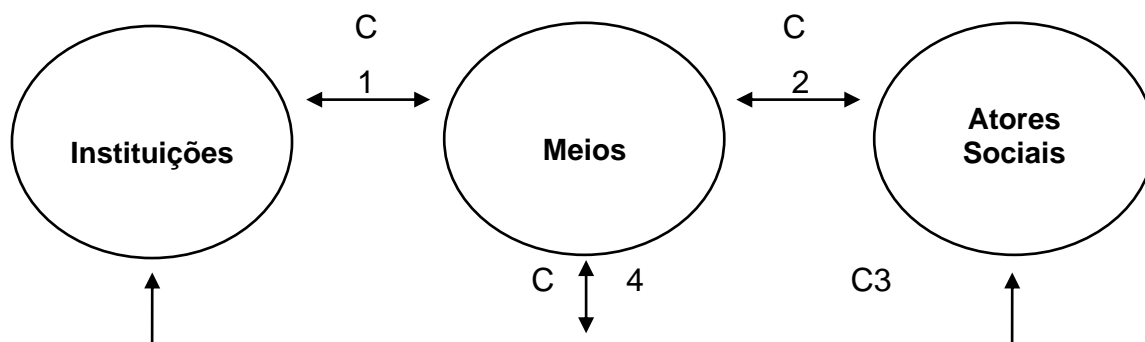
² Como o rádio, jornal impresso e televisão.

Fausto Neto (2018, p. 64) sustenta que o conceito de midiatização “se dissemina no estágio atual da sociedade”, marcado pela “revolução que a internet promove em termos do acesso ao conhecimento, à cultura e às instituições” (p. 68), e aponta um deslocamento nos estudos da comunicação: das mediações sociais para a midiatização. Gomes (2017, p. 66) também discorre sobre essa mudança nas pesquisas em comunicação, afirmando que “a midiatização no processo social aponta para o início do deslocamento de uma sociedade dos meios para uma sociedade em midiatização”.

Hjavarð (2014), por sua vez, também defende a ideia de evoluir as pesquisas neste sentido pois enquanto os estudos focados na mediação consideram, segundo o autor, casos específicos de comunicação mediada, a midiatização dedica-se às transformações nas estruturas da sociedade em longo prazo. De acordo com ele, para entender o significado da mídia na cultura e na sociedade moderna “já não podemos contar com modelos que a concebem isoladamente da cultura e da sociedade, ou que se limitam a considerar tão somente o processo de mediação” (HJARVARD, 2014, p. 15). Desta maneira, para entender essa “nova arquitetura comunicacional” (FAUSTO NETO, 2018), é importante detalhar o conceito de midiatização a partir dos diferentes pesquisadores que se debruçam a estudar esse fenômeno.

Verón (1997) afirma que o conceito de midiatização permite refletir “aspectos da mudança social nas sociedades industriais” (p.14, tradução nossa). Não objetivando uma definição a priori do conceito, o autor elaborou um diagrama simplificado “de uma reflexão global sobre a midiatização” (VERÓN, 1997, p. 15, tradução nossa):

Figura 1 – Esquema-modelo fenômeno da midiatização



Fonte: Verón (1997, p. 15, tradução nossa)

Conforme Verón (1997), o diagrama mostra a complexidade - representada pelas setas duplas - dos fenômenos da midiatização, não havendo “processos lineares entre uma ‘causa’ e um ‘efeito’” (p.15, tradução nossa), mas um “emaranhado de circuitos de ‘feedback’” (p.15, tradução nossa). Segundo Fausto Neto (2018), essa representação descreve “a ambiência [da midiatização], os componentes, suas dinâmicas, chamando-se a atenção para as afetações provocadas pelas relações entre mídias, instituições e atores sociais” (p. 78).

Ademais, Verón (1997) explica que diferenciou mídia das demais instituições devido a sua centralidade quando se trata do assunto midiatização. As instituições, de forma geral, representam “os múltiplos arranjos organizacionais da sociedade” (VERÓN, 1997, p.15, tradução nossa) e os atores individuais caracterizam os indivíduos membros de uma sociedade “inseridos em relações sociais complexas” (VERÓN, 1997, p.15, tradução nossa). Nesse sentido, nesta pesquisa será considerada a Igreja Católica como instituição de análise, o aplicativo Click to Pray como mídia e os usuários do app como atores individuais.

Verón (1995, p. 15-16, tradução nossa) explica que o diagrama identifica quatro “zonas” de produção coletiva:

a relação dos meios com as instituições da sociedade (seta dupla 1), a relação dos meios com os atores individuais (seta dupla 2), a relação das instituições com os atores (seta dupla 3) e a maneira pela qual a mídia afeta a relação entre instituições e atores (seta dupla 4).

Este diagrama (Figura 1) proposto por Verón (1997) funciona como uma matriz para estudar o fenômeno da midiatização nas práticas sociais em diferentes contextos (FAUSTO NETO, 2018, p. 80). Nesta pesquisa, centraremos nossa análise na relação da instituição com os atores sendo ressignificada a partir dos usos e apropriações do aplicativo Click To Pray. Entretanto, ressalta-se que o fenômeno da midiatização extrapola esta relação direta, indicando múltiplas afetações.

Verón (2014, p. 15) analisa a teoria da midiatização de maneira antropológica, de longo prazo e de forma não linear, por isso afirma que “a midiatização é apenas o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências”. Para ele, o estágio inicial do processo de midiatização compreende um

dispositivo técnico-comunicacional que surgiu e estabilizou-se em comunidades humanas identificáveis, o que significa que foi, de uma maneira ou de outra, *adotado*. Não há determinismo tecnológico implícito aqui: em qualquer tempo, a apropriação pela comunidade de um dispositivo técnico pode tomar muitas formas diferentes; a configuração de usos que finalmente se torna institucionalizada em um lugar e tempo particular ao redor de um dispositivo de comunicação (configuração que pode ser propriamente chamada de *meio*) só necessita de explicação histórica (VERÓN, 2014, p. 16, grifo do autor).

O pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2014), desenvolve os estudos sobre a mídia³ na sociedade em uma perspectiva sociológica, também de longo prazo e considerando a mídia como uma instituição social que passa a ter funções específicas, influenciando e sendo influenciada pelas demais instituições sociais. Assim como outros pesquisadores da área, Hjarvard (2014) não tem a intenção de criar uma teoria com respostas definitivas e universais sobre a midiatização. Para ele, a teoria da midiatização está mais comprometida com a análise empírica, ou seja, baseada na experiência, na observação prática, e não em métodos científicos.

Hjarvard (2014) acredita que a construção do conceito de midiatização deve ser desenvolvida de maneira interdisciplinar, visto que o fenômeno é macrossocial, pois suas influências são perceptíveis em toda a sociedade. Os estudos sobre esse

³ “Meios eletrônicos que desempenham o papel de dispositivos enunciadoreis da informação” (GOMES, 2017, p. 128).

fenômeno, de acordo com o referido autor, devem enfatizar como se constroem as formas sociais e comunicativas sempre que os meios de comunicação são usados na interação social.

Quando, a partir de determinado momento, os meios de comunicação passam a servir como uma interface necessária para o desempenho de determinada atividade social, estamos lidando com uma forma forte de mediação (HJARVARD, 2014, p. 42).

Hjarvard (2014) descreve mediação “como um processo contínuo em que os meios de comunicação alteram as relações e comportamentos humanos, alterando, por conseguinte, a sociedade e a cultura” (p. 29). Ainda, a mediação, conforme Hjarvard (2014) – e assim como Verón (1997) já dizia - é um fenômeno que se acelerou nos últimos anos do século XX, nas sociedades industrializadas modernas.

O conceito de mediação aplica-se à situação histórica da alta modernidade, em que os meios de comunicação, a um só tempo, alcançaram a semi autonomia como instituição social e integraram-se decisivamente ao funcionamento de outras instituições (HJARVARD, 2014, p. 30).

Os meios de comunicação social, conforme Hjarvard (2014), permitem, além da ação intrínseca de comunicação, “formas de ação social que antes exigiam a presença física das partes: pode-se comprar ou vender, trabalhar ou divertir-se” (p. 52). E, acrescento aqui, pode-se orar, meditar, agradecer ou pedir, ou seja, estabelecer conexão com o sagrado de forma individual ou comunitária via processos midiáticos uma vez que, diferentemente da comunicação face a face, “os meios de comunicação podem estender a interação no tempo e no espaço” (HJARVARD, 2014, p. 56). Todavia, é importante salientar que apesar de os meios de comunicação terem a capacidade de unir diversos contextos sociais e diferentes localidades em um mesmo espaço interativo, não descartam a “realidade que os separa” (HJARVARD, 2014, p. 59).

Desse modo, o autor esclarece que no processo de mediação, a cultura e a sociedade tornam-se cada vez mais dependentes da mídia, de suas lógicas e operações. Sendo o termo “lógica da mídia” ou “lógica midiática”

empregado em reconhecimento ao fato de possuir a mídia um *modus operandi* próprio e características específicas (“especificidades da mídia”) capazes de influenciar outras instituições e a cultura e a sociedade em geral, à medida que estas se tornam dependentes dos recursos que ela controla e disponibiliza (HJARVARD, 2014, p. 36).

Ainda, Hjarvard (2014, p. 51-52) argumenta que

fundamentalmente, trata-se de uma questão de intervenção, por parte dos meios de comunicação, sobre a interação social entre indivíduos dentro de uma dada instituição (p. ex., entre os membros de uma família por meio de telefones celulares); entre instituições (p. ex., pelas plataformas de comunicação da Internet, que permitem trabalhar em casa); e na sociedade em geral (p. ex., pela divulgação e observação de eventos importantes para a comunidade, sejam eles festivos, ameaçadores ou trágicos).

Assim, as consequências da midiatização dependem do contexto específico e das características do(s) meio(s) em questão (HJARVARD, 2014).

Ademais, para Hjarvard (2014), a midiatização impulsiona o crescimento de um “individualismo brando dependente de laços sociais fracos” (p. 217-218). Ou seja, na sociedade midiatizada não existe um individualismo autossuficiente, nem um coletivismo consolidado. Por isso, Hjarvard (2014) trata os meios de comunicação como uma instituição social com uma função integradora.

Já Braga (2006) aborda a midiatização como responsável pela formação do tecido social (p.25) e como um processo interacional de referência, porém ainda não predominante, estabelecido ou completo. Segundo o autor, um processo interacional de referência não é excludente, ou seja, capaz de anular outros processos sociais, pelo contrário, funciona como um “organizador principal da sociedade” (BRAGA, 2006, p.11), fazendo com que os outros processos se ajustem e passem a operar conforme suas lógicas interacionais.

Os novos processos sociais caracterizam grandes mudanças, mas isso não significa que destroem ou salvam alguma coisa. Significa que trazem outros problemas e outra sistemática social. Os outros modos continuam a existir. Por exemplo, a escrita não eliminou a oralidade. Então, a midiatização como processo interacional de referência transforma os demais processos, mas mantém espaços de oralidade e de escrita (BRAGA, 2009, texto digital).

Outro detalhe importante apontado por Braga (2009) é que o fenômeno da midiatização não se desenrola apenas quando se está produzindo ou recebendo

informação, mas em todo o contexto do processo comunicacional. Ele usa o exemplo de quando alguém vai ao cinema e, ao encontrar os amigos, fala a respeito do filme. Para Braga (2009) o indivíduo, nessa situação, permanece no âmbito da mediação.

Conforme Braga (2009), entender a mediação em uma perspectiva mais micro é simples: existiam processos sociais que não sofriam a interferência midiática justamente pela inexistência da mídia. Com o surgimento da mídia decorrente do avanço tecnológico as interações desses processos acabam sendo perpassadas pela mídia e, então, os processos tornam-se mediados. Entretanto, o autor não considera o processo de mediação determinado pelo avanço da tecnologia, mas acredita que o avanço tecnológico é socialmente determinado.

São as demandas da sociedade que provocam o avanço. Não é a mídia, a televisão, que cria uma sociedade nova. É uma sociedade caracterizada por diversos eventos que precisa de processos interacionais novos, porque os atuais não conseguem dar conta do que está em efervescência. Isso determina a criação tecnológica. [...] É a interacionalidade que inventa a tecnologia. A força do interacional é usar a mídia para fazer coisas que não eram possíveis fazer antes. [...] Ao invés de pensar a transformação como uma incidência passiva da tecnologia na sociedade, percebo-a como a efervescência de invenções das pessoas pelo uso da tecnologia (BRAGA, 2009, texto digital).

Gomes (2017), por sua vez, trata o campo da comunicação como campo midiático elucidando que os processos midiáticos⁴ demandam ser estudados em sua totalidade, em uma visão sistêmica e como formas de operação inerentes à mídia, “para além do conteúdo e seus efeitos” (p. 42). Segundo o autor, os processos midiáticos devem ser estudados em sua atividade interna de construção de sentido para a realidade. Para ele, a “mídia se apropria da realidade e exerce sobre ela um trabalho de reconstrução, por meio de diversos gêneros” (GOMES, 2017, p. 42). Ou seja, de acordo com Gomes (2017) é por e através dos processos midiáticos que é produzida a reconstrução social, uma vez que

⁴ “Os processos midiáticos são entendidos como conjunto de práticas comunicacionais pertencentes ao campo das mídias que operam, segundo diferentes linguagens, mediante dispositivos como jornal, televisão, rádio, fotografia, publicidade, revista, livro, produção eletrônica, comunicação organizacional, vídeo e outros meios emergentes, na época” (GOMES, 2017, p. 36).

os processos midiáticos necessitam da realidade social como matéria-prima de sua produção. Entretanto, o resultado de suas operações é uma realidade que, muito embora guarde semelhança com a realidade originante, dela se distingue pelo olhar do produtor. Analogicamente, pode-se dizer que os produtos dos processos midiáticos são *entes de razão com fundamento na realidade*. Além disso, aceitando-se que o sentido não é produzido nem no polo da recepção nem no polo da produção, mas na relação que se estabelece entre os dois, deve-se concluir que o resultado dos processos midiáticos é uma realidade terceira que guarda semelhança com a realidade original, mas que com ela não se identifica totalmente (GOMES, 2017, p.44, grifo do autor).

Por conseguinte, Gomes (2017) relaciona os processos midiáticos a um conjunto de relações, conexões e interconexões. Aqui explica-se a complexidade do estudo sobre processos midiáticos, porque, conforme o autor, permite diversas interpretações, todas tendo como guia o fato de que “a sociedade se constitui por meio da comunicação” (GOMES, 2017, p. 126).

Ainda, Gomes (2017) usa o termo “nova ecologia comunicacional” para sinalizar que a humanidade está passando por uma transformação “com a criação de um bios midiático que incide profundamente no tecido social” (p.66). Para o autor, a midiatização da sociedade representa mais do que interação tecnológica; ela representa um “novo modo de ser no mundo” (GOMES, 2011, p. 24).

Para tentar compreender esse novo jeito de ser, Gomes (2017) lança seu olhar a um pensamento sistêmico, no qual não analisa o indivíduo de forma isolada, mas considera seu contexto e as relações estabelecidas. O autor explica que há vários elementos envolvidos nos processos sociais e que a realidade atual se dá no que denomina “marco dos processos midiáticos” (p. 128) expressada pelo relacionamento da mídia com os processos de significação e socioculturais. Esses três polos dos processos midiáticos - mídia, processos de significação e processos socioculturais - influenciam-se mutuamente gerando o que Gomes (2017) denomina “fenômeno dos processos midiáticos” (p. 130).

Assim, na mídia

se percebe um processo de significação, que contempla a construção do discurso nas suas diversas configurações - tanto construções verbais como não verbais. [...] No marco das possibilidades comunicativas, a mídia escolhe determinados conceitos, imagens e gestos com os quais elabora um processo enunciativo que permite a comunicação com e para a sociedade. No mesmo movimento, a mídia desenvolve uma dinâmica de processos socioculturais. A importância dessa dinâmica reside no fato de que qualquer processo significativo incide diretamente nas relações sociais. Essas, por sua vez, condicionam, determinam e influenciam tanto os processos de significações quanto a mídia na sua atuação comunicativa. As relações, inter-relações, correlações, conexões e interconexões acontecem num movimento de dupla mão entre os três pólos dos processos midiáticos. (GOMES, 2017, p. 128-130).

Conforme Gomes (2017) a circulação de conteúdos nos processos midiáticos acontece via dispositivos eletrônicos, de forma indireta. Tais conteúdos chegam à sociedade e “seus resultados retornam para o processo de comunicação, via processos midiáticos” (GOMES, 2017, p.130) constituindo, dessa forma, “um ambiente comunicacional mais amplo que influencia e é influenciado” (GOMES, 2017, p. 130) pelos indivíduos sociais. Logo, as condições de interação e comunicação passam a ser condicionadas por lógicas midiáticas e isto concerne também às práticas sociais do campo religioso (SBARDELOTTO, 2017).

Ainda, a sociedade em midiatização, segundo Gomes (2017), é marcada pelo individualismo e, conseqüentemente, os meios de comunicação acabam transformando-se em únicos canais de socialização para muitos. Conforme Gomes (2017, p. 80) “interagindo nas mídias digitais ou consumindo a mídia tradicional (jornal, rádio, televisão), a pessoa se sente participante da comunidade nacional e universal; não está isolada, mas possui uma identidade que a torna igual” aos demais. Além disso, Gomes (2017) sustenta que as referências para a construção da identidade e sentido de vida dos seres humanos muitas vezes estão na “interpretação de mundo” (p. 82) realizada através dos meios de comunicação em massa. Para o autor, “os laços de solidariedade” (GOMES, 2017, p. 82) não são mais vistos na família, vizinhança ou na comunidade religiosa, mas nos apresentadores de televisão, de rádio, e, acrescento aqui, os influencers digitais, que “irmanam as pessoas numa comunidade pelo ar” (GOMES, 2017, p. 82).

Todo este contexto é potencializado em função das redes e tecnologias digitais (GOMES, 2017). Essa sofisticação tecnológica e a comunicação potencializada criam um novo ambiente que determina o modo de pensar, de agir e

de ser em sociedade, e é esse ambiente que Gomes (2017) qualifica como sociedade em mediação.

Para Gomes (2017), a mediação engloba dois processos dialéticos e simultâneos. Sendo um lado a “consequência das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital” (GOMES, 2017, p. 134-136) e de outro lado, esse novo ambiente social que reflete imensamente nessas “relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea” (GOMES, 2017, p. 136).

Para Gomes (2017) a sociedade e o ser humano são em mediação, configurando, como já posto, um novo modo de ser no mundo. “Esse é o substrato cultural no qual se movem os diversos grupos sociais no mundo. A sociedade erigida nesses movimentos é uma sociedade em processo de mediação” (GOMES, 2017, p. 136).

Sbardelotto (2017) percebe a mediação como um metaprocesso e também a compreende como um fenômeno dinamizado por ações, interações e retroações das mídias. De acordo com o autor, mídia é percebida como “uma rede de relações entre meios e práticas socioculturais em um dado contexto” (p.72); e meios como “as relações entre tecnologia + ações comunicacionais” (p.71). Para ele, estudar a mediação significa analisar as mudanças geradas pelo fenômeno midiático na sociedade contemporânea. Ainda, Sbardelotto (2017) apresenta o sub fenômeno da mediação, entendido como um processo que perpassa o avanço da digitalização, ou seja, o mesmo engloba os “processos comunicacionais que se evidenciam na internet” (SBARDELOTTO, 2017, p. 80). Para o autor, os processos comunicacionais, no ambiente digital, são envoltos por quatro características principais, são elas: síntese, ubiquização, autonomização e conectivização.

A digitalização é um processo que favorece a criação de banco de dados, pois possibilita que a informação seja dividida e quantificada em códigos em forma binária, tornando possível estocar, acessar, reagrupar, reproduzir, arquivar, modificar e ampliar a informação (SBARDELOTTO, 2017, p. 81). Por isso, o autor usa o termo

sintetização para caracterizar a “possibilidade de recombinação dos mais diversos processos de percepção e expressão socioculturais e religiosos em um mesmo ambiente comunicacional digital” (SBARDELOTTO, 2017, p. 82). É a adaptação dos elementos informacionais dos diferentes campos à lógica digital, configurados em modo binário.

A outra característica, ubiquização, segundo Sbardelotto (2017), refere-se à velocidade e ao alcance possibilitados pela internet. Ou seja, diz respeito ao “salto para uma maior compressão e organização espaço-temporal possibilitada pela conexão de todas as redes digitais, em que a pessoa e seu universo simbólico estão *em toda parte ao mesmo tempo*” (SBARDELOTTO, 2017, p. 82, grifo do autor).

A internet “possibilita que as pessoas assumam um poder de ter uma ‘palavra pública’” (SBARDELOTTO, 2017, p. 84.). O ambiente digital passa a ser um espaço de autonomia, para além do controle das instituições. E a conectivização, para o autor, é o processo de expansão das “relações comunicacionais entre meios socio técnicos e práticas socioculturais de construção de sentido e interação” (SBARDELOTTO, 2017, p. 85).

Conforme explicação de Sbardelotto (2017), o processo de midiatização digital permite compreender ainda mais a reconstrução de sentido (sintetização) no campo religioso, a ruptura do tradicional espaço-tempo das práticas religiosas (ubiquização), o novo modo de participação dos fiéis e não fiéis (autonomização), e a formação complexa de redes comunicacionais entre a Igreja e os atores sociais diversos (conectivização).

Após apresentadas as concepções dos principais pesquisadores da área a respeito do fenômeno da midiatização, podemos afirmar que embora algumas diferenças estão presentes na forma de abordagem ou são perceptíveis interpretações heterogêneas, todos consideram que o processo de midiatização acontece na sociedade moderna, causando diversas transformações nos processos sociais em função, sobretudo, do avanço tecnológico. Surgindo, por conseguinte, um novo ambiente comunicacional. Exposto o conceito de midiatização sob diferentes perspectivas dos autores diversos, nos concentraremos no fenômeno diante da

instituição social, a religião católica. Considerado como um novo cenário comunicacional, aprofundaremos sobre as práticas de interação em torno da circulação do católico, principalmente no ambiente digital.

2.1.1 Midiatização do campo religioso

“Em lugar da razão e da dogmática do campo religioso entra a emoção e a pragmática do campo midiático” (FIEGENBAUM, 2006, p. 42).

Na atualidade, o mundo e o campo das religiões estão muito articulados com o trabalho de processos vinculados à cultura midiática e sua relação junto a instituições e atores sociais. Em decorrência dessa crescente centralidade dos processos midiáticos, muitos campos sociais, inclusive o campo religioso, passam a tomar a midiatização como referência para as suas práticas a fim de elaborar uma série de estratégias de aproximação junto aos seus públicos - fiéis e não fiéis.

Fausto Neto (2002, p. 152) ressalta a importância da reflexão sobre o “papel do campo midiático na construção e publicização das novas formas de religiosidades”. Conforme o autor, os questionamentos sobre as relações do campo religioso com o campo midiático têm se desenrolado nos últimos 40 anos e, para ele, a Igreja Católica vem, ao longo desse tempo, refletindo sobre o seu papel na comunicação.

Nesse sentido, esse mesmo autor aponta três principais fatores que indicam a importância do campo midiático para a reconstrução das novas formas de religiosidade. Primeiro, os desafios que as problemáticas sociais e políticas impõem às Igrejas, “principalmente com o enfraquecimento de instituições responderem com suas estratégias convencionais ao ‘aqui’ e ‘agora’ do mal-estar material e espiritual vivenciado pelas pessoas em tempos modernos” (FAUSTO NETO, 2002, p.153). Segundo fator, o surgimento de “políticas terapêuticas’ por parte de instituições confessionais que têm, na esfera da mídia o ‘setting’ ideal para transformação de pastorais e outros rituais de escuta e de atendimento” (FAUSTO NETO, 2002, p.153). E o terceiro fator destacado pelo autor:

o campo midiático vai se constituindo em novas possibilidades de gestão e de regulação da vida dos cidadãos, podendo oferecer suas instruções e competências para que as religiões possam engendrar, sob novos formatos simbólicos, suas ações pastorais e a anunciabilidade de suas mensagens junto à esfera pública (FAUSTO NETO, 2002, p. 153-154).

Dessa maneira, para o autor, o fenômeno da midiatização do campo religioso não se trata apenas de uma transferência das práticas religiosas dos espaços físicos (templos) para o “âmbito tecno-discursivo da mídia” (FAUSTO NETO, 2002, p. 159). Mas sim, de processos de apropriação da cultura midiática como premissa de produção de sentido para as religiões. Nesse sentido, Fausto Neto (2002, p. 160) argumenta que

a cultura midiática não é algo que está fora da experiência religiosa. Muito pelo contrário, ela, com suas operações de produção, é hoje o nicho por onde se instituem, predominantemente, as novas formas de religiosidade católica e pentecostal.

Gasparetto (2010, p. 2), por sua vez, também relaciona a mídia como um “dispositivo essencial” para a construção de novas formas de religiosidade. Conforme o autor, surge uma nova prática religiosa “construída pela mediação da técnica e pelas ofertas de suas operações de sentido. [...] Uma aliança que se realiza por meio de cruzamentos de operações dos campos midiático e religioso” (GASPARETTO, 2010, p. 2).

O autor ainda conclui, como os demais autores citados anteriormente, que o fenômeno da midiatização acaba afetando as práticas sociais, inclusive as religiosas, o que projeta esse fenômeno à condição de elemento transformador de antigas práticas. Gasparetto (2010, p. 12) afirma que “existe uma ação de processos midiáticos no interior de um campo, chamado de campo religioso reconfigurando e dando a ele uma nova forma de existência”.

Nesse mesmo raciocínio, Fiegenbaum (2006, p. 37) afirma que as novas religiosidades “são marcadas por processos midiáticos”, isto é, sua forma de existência é midiática, pois “toda a sua pragmática é mediada pela mídia, funcionando segundo os protocolos dos meios de comunicação”. A cultura da mídia torna-se, assim, uma referência para o desenvolvimento dessas novas formas de “fazer religião” (FIEGENBAUM, 2006, p. 43). Isso significa afirmar que a religião

deixa de ser algo privado para se tornar um “patrimônio público” (FIEGENBAUM, 2006, p. 43).

Para Fiegenbaum (2006), as chamadas religiões históricas - que compreendem também a religião católica - operam segundo a lógica do pertencimento, em que “os fiéis assumem um conjunto de valores, ritos e dogmas que os torna pertencentes a uma confissão religiosa.” (p. 43). Já, nas novas religiosidades midiáticas não se trata de pertencer, mas de “fazer religião”.

Por isso,

é imprescindível superar os velhos paradigmas, segundo os quais os meios de comunicação de massa são apenas um instrumento de transmissão de mensagens. Hoje, o campo midiático é um espaço de construção de identidades e espaço de configuração de comunidades, onde fazer religião é mais importante que pertencer a uma (FIEGENBAUM, 2006, p. 44).

O campo midiático torna-se uma condição para a existência do campo religioso e dos demais campos sociais, interpondo suas diretrizes de produção de sentido às lógicas de funcionamento desses mesmos campos. Por isso, Fiegenbaum (2006) argumenta que a abordagem instrumental, baseada no conceito de meios de comunicação como transmissores de mensagem, já não consegue explicar o fenômeno comunicacional atual das religiões.

Segundo ele,

a questão dos meios e dos sujeitos deve ser abordada e analisada como parte de processos mais complexos de mediação. O que está no centro da discussão dessa nova realidade de mediação religiosa são os processos midiáticos que se dão por meio de mediações midiáticas (FIEGENBAUM, 2006, p. 36).

Diante disso, historicamente, as Igrejas têm investido esforços na transferência de práticas e postulados que lhe são caros para essa nova ambiência comunicacional inserida no campo midiático. Esse processo resulta em potencialização de algumas práticas e defasagem de outras. Como já exposto na introdução desta pesquisa, a Igreja Católica Apostólica Romana, historicamente, sempre se manteve próxima aos meios de comunicação, seja jornais, revistas, rádio

ou televisão. Na era da internet, a instituição tem migrado pouco a pouco e significativamente para essa nova ambiência, reforçando ali suas práticas e operações simbólicas.

É interessante contextualizar que, antes ainda da era digital, a Igreja Católica procurou se aproximar e responder às mudanças comunicacionais. Sbardelotto (2017) discorre sobre os marcos históricos midiáticos na Igreja Católica. O primeiro deles foi a publicação de um decreto (*Inter mirifica*), em 1963, que fala sobre os meios de comunicação social, aprovado pelo Concílio Ecumênico Vaticano II. Foi a primeira vez na história do catolicismo que um Concílio abordou, em um documento próprio, o tema da comunicação.

O segundo marco aconteceu com São João Paulo II que, enquanto Papa, inseriu a Igreja no processo de digitalização inaugurando, em 1997, o site da Santa Sé (www.vatican.va). Dando continuidade à presença da Igreja na evolução digital, o mesmo Papa, em 2001, enviou o primeiro e-mail pontífice para bispos de todo o mundo. No anexo, a *Ecclesia in Oceania*.

Outro marco histórico na relação entre a Igreja Católica e a comunicação aconteceu no pontificado de Bento XVI. Foi ele que aproximou ainda mais a Igreja do fenômeno digital. Em 2011, lançou o portal *News.va* via Twitter: o primeiro “tuite” papal da história.

Em março de 2013, o recém-eleito Papa Francisco, retoma a conta @Pontifex e tuita pela primeira vez como instância máxima da religião católica. Nesse mesmo ano, a Santa Sé criou sua conta oficial no Instagram (Newsva). Desde 2016, o atual Pontífice possui uma conta própria na rede social Instagram (@Franciscus) que é atualizada diariamente. Possui, também, uma conta na plataforma digital Click To Pray, compartilhando suas intenções de orações sobre temáticas mundiais diversas, evidenciando que a instituição se preocupa com as emergências sociais e incentivando a prática da reza individual e comunitária além dos espaços físicos (templos).

Essas datas indicam movimentos de proximidade da Igreja com as plataformas digitais, em especial, as redes sociais, mediante uma cronologia de vários marcos que envolvem outros departamentos eclesiais. Sbardelotto (2017) alega que a Igreja, através destes passos, investiu no fortalecimento de sua presença oficial na internet. Para tanto, foi preciso alterações e adaptação de seus processos de comunicação.

Ou seja, a Igreja Católica está buscando modificar suas “estruturas comunicacionais e seus sistemas internos e externos de significação do ‘sagrado’ em sociedade” (SBARDELOTTO, 2017, p.33). Nesse sentido, pode-se afirmar que a Igreja Católica não ignora o processo de que a rede se tornou parte integrante da vida humana e, embora sendo uma instituição religiosa tradicional antiga e caracterizada por seus dogmas tem se comunicado fazendo uso das novas (multi) linguagens e tem procurado traduzir sua doutrina nas plataformas socio digitais. É a midiatização digital da religião católica. Como Gasparetto (2010, p. 08) expõe: a Igreja usa “as novas tecnologias com o objetivo de prolongar a própria voz para que a mensagem do evangelho possa chegar até os fiéis”. Fiegenbaum (2006, p. 45) complementa esse raciocínio ao argumentar que o desafio é “experimentar um novo modo de ser igreja, construindo uma linguagem e um imaginário novos para um público cada vez mais necessitado de experiências que dêem sentido e valor à sua existência”.

Entretanto, este novo campo comunicacional digital que a Igreja vem experimentando é complexificado com as práticas sociais, pois surgem novas modalidades de expressão do sagrado (SBARDELOTTO, 2017), como as plataformas socio digitais, por exemplo, o aplicativo Click To Pray. Na internet, o sagrado circula através da ação comunicacional de inúmeras pessoas que estão conectadas, e não apenas no âmbito da produção eclesiástica ou midiática (SBARDELOTTO, 2017).

Então, neste momento atual do fenômeno religioso, a sociedade e a Igreja encontram-se

marcadas por novas possibilidades de construção de sentido, em termos de acesso, criação, armazenamento, gestão, distribuição e consumo de informações - indo muito além da ação tradicional da “grande mídia”, entendida como as corporações midiáticas, e muito além das ações eclesiais tradicionais voltadas à comunicação: um processo sociocomunicacional que pode ser entendido a partir da perspectiva midiatização (SBARDELOTTO, 2017, p. 59).

A religião em rede, digitalizada, é um sinal de mudança decorrente do fenômeno da midiatização e as características da midiatização digital destacadas por Sbardelotto (2017), e citadas anteriormente, estão diretamente relacionadas com os processos comunicacionais do fenômeno religioso na internet. Sbardelotto (2017, p. 81) explica que

o “religioso” se digitaliza e se torna fonte de reconstrução simbólica (sintetização); disponibilizando-se em toda parte e a qualquer momento (ubiquização); promovendo uma “tomada da palavra” dos integrantes na constituição de suas práticas em relação a esquemas de ação historicamente consolidados (autonomização); que agora também se dão mediante conexões sociodigitais difusas e abrangentes voltadas à interação e à comunicação (conectivização).

Ainda, conforme o autor, a articulação de tais características possibilita que os interagentes, fiéis ou não, encorajem-se à experimentação religiosa. Nessa experimentação religiosa e espiritual, os usuários comuns, através de uma tomada de poder característica do ambiente digital, também outorgam o direito público de opinar e, inclusive, de criticar uma ação comunicacional oficial, por exemplo do Vaticano (SBARDELOTTO, 2017). Ou seja, o protagonismo (autonomização) dos atores sociais, agora conectados em rede, é tanto no envolvimento simbólico quanto na ressignificação do conteúdo religioso.

De acordo com Sbardelotto (2017), o empoderamento do público “comum” na participação socio comunicacional somente é possível por causa da internet que apresenta facilidade de acesso e de uso bem como poder de abrangência e expansão. Além disso, o digital concede o “poder-dizer” àqueles que antes não possuíam acesso aos aparatos eclesiásticos tradicionais e midiáticos. Nesse contexto, surgem as definições de leigo-amador e heresia comunicacional.

Considerando que o novo posicionamento dos fiéis-leigos como possíveis produtores de conteúdo cristão surge nos processos midiáticos em rede; que o que é

comunicado deixa de ser pessoal para ser público/social, possibilitando uma democratização da técnica e competência religiosa (SBARDELOTTO, 2017, p. 300); e que todas as pessoas, fiéis ou não, passam a (re)construir conhecimento na esfera religiosa, Sbardelotto (2017) define o leigo-amador como

um interagente comunicacional não revestido pela oficialidade religiosa nem pela institucionalidade midiático-corporativo - ou, se investido de tais competências, é alguém que age em rede propositalmente desprovido de tais qualificações, sem a necessidade de ostentar publicamente o seu saber-fazer reconhecido pela instituição/autoridade midiática ou religiosa (p.301 e 302).

Porém, o autor aponta que isso não sugere inexistência de conhecimento teológico-ecclesial, mas um outro modo de engajamento do público nas práticas comunicacionais midiáticas transcorridas pela autonomização e pela conectivização das ações (SBARDELOTTO, 2017, p. 302).

O termo heresia em grego significa escolher, ter uma opinião. De acordo com Sbardelotto (2017, p. 306), no ambiente digital, principalmente em plataformas socio digitais, existe pluralidade e possibilidades de sentidos sobre o catolicismo. Essa realidade requer escolhas e seleções. Assim, “a heresia comunicacional é desviar, desestabilizar, desafiar, contestar, subverter, transgredir expectativas socio-comunicacionais convencionais ou supostamente ‘canônicas’ em contextos interacionais diversos” (SBARDELOTTO, 2017, p. 307). Para o autor, elas são essenciais para estruturar midiaticamente a presença da instituição em rede.

As heresias comunicacionais não surgiram com o avanço da internet. Segundo Sbardelotto (2017, p. 314), elas já existiam no espaço público e em publicações nos meios de comunicação tradicionais. O que ocorre é que, atualmente, elas são mais evidentes em decorrência da midiatização digital, que desenvolve

um ambiente de comunicação em que a circulação se autonomiza cada vez mais em relação a instituições reguladoras, e a construção social de sentido se torna acessível a partir de uma complexa e indeterminada combinatória de escolhas em rede. Ocorre, assim, um processo de liberação de uma grande energia comunicacional que antes ficava restrita a microinterações localizadas (SBARDELOTTO, 2017, p.314).

Além disso, a tradução do fenômeno religioso para o digital abrange diferentes níveis de ressignificação de seus sentidos, símbolos e tradições. Isto posto, percebe-se quatro tendências em torno da reconstrução do catolicismo em rede: autorreferenciação, laicização, amenização e relativização. (SBARDELOTTO, 2017, p.328-329).

A autorreferenciação é a contínua autocomunicação intraeclesial, ou seja, “as expressões católicas se voltam para si mesmas, para o próprio ‘nicho’ eclesial” (SBARDELOTTO, 2017, p. 329). A laicização refere-se à autonomia dos leigos-amadores no processo de produção de sentido do católico. A amenização tem a ver com a “necessidade de reafirmar e confirmar publicamente uma identidade religiosa” (SBARDELOTTO, 2017, p. 337) pelos interagentes através de comentários referentes à ritos litúrgicos, como a resposta *Amém* em publicações. E a relativização versa sobre a reconstrução do catolicismo não de forma absoluta, mas em relações sociais mediadas pelo ambiente digital (SBARDELOTTO, 2017).

Por fim, a religião católica no ambiente digital não está se separando de seu caráter histórico e dogmático, ao contrário, permanece com suas tradições e crenças tradicionais, mas com uma linguagem contemporânea e fluida. As experiências religiosas em rede estão direcionando a Igreja Católica a um processo de mudança evolutiva e gradativa que requer prudência e reflexão conjunta dentro das esferas institucionais, em seus diferentes níveis (SBARDELOTTO, 2017).

Nesse contexto, a Igreja criou e utiliza o aplicativo de oração em rede, Click To Pray, objeto de análise desta pesquisa. É sobre ele que falaremos no próximo capítulo.

3 DESCRIÇÃO DO OBJETO

“Agora, rezar é mais fácil, ágil e criativo” (REDE MUNDIAL DE ORAÇÃO DO PAPA, 2019, texto digital, grifo nosso).

Neste capítulo são descritas as principais características e particularidades do objeto de estudo desta pesquisa, o aplicativo Click To Pray. Utilizaremos principalmente o recurso da imagem (*prints* do aplicativo) como forma de demonstração das suas funcionalidades. A pesquisa deu-se especialmente no aplicativo (idioma Português) e nos websites oficiais da Rede Mundial de Oração do Papa ⁵e Click To Pray⁶.

Vale ressaltar que, nesta pesquisa, o objeto de análise é o aplicativo para dispositivos móveis disponível para sistemas Android e iOS. As outras ferramentas usadas pela plataforma, como página web e redes sociais do Click To Pray não fazem parte do estudo por extrapolar os objetivos específicos aqui delineados. Por isso, todas as características apresentadas, as publicações e interações analisadas referem-se, especificamente, ao aplicativo.

Click To Pray é uma plataforma multimídia disponível para dispositivos móveis em formato de um aplicativo e acessível via uma página web. Tanto o app quanto o

⁵ <https://redemundialdeoracaodopapa.pt>

⁶ <https://clicktopray.org/pt-pt/>

site, podem ser acessados em seis idiomas: espanhol, inglês, italiano, francês, português e alemão.

Inicialmente, o app foi lançado pela Rede Mundial de Oração do Papa⁷ (RMOP) de Portugal, em novembro de 2014, com a finalidade de ajudar os jovens a rezar. Apoiando a iniciativa, a Direção Mundial da RMOP, em março de 2016, apresentou uma nova versão do Click To Pray convertendo-a como plataforma digital oficial da Rede e da sua seção, o Movimento Eucarístico Juvenil (MEJ), integrando aplicativo, site, Facebook, Twitter, Youtube, Newsletter e blog.

Em 20 de janeiro de 2019, o Papa Francisco lançou o app Click To Pray como plataforma oficial de oração da Jornada Mundial da Juventude (JMJ) 2019 que aconteceu no Panamá entre os dias 22 e 27 de janeiro. O anúncio aconteceu após a tradicional oração do Angelus, na Praça São Pedro, em Roma, com o uso de um Ipad. Neste mesmo dia, o Pontífice comunicou a publicação da Mensagem para o 53º Dia Mundial das Comunicações Sociais que faz uma reflexão sobre as comunidades de rede e a comunidade humana. Em seu discurso, o Papa Francisco afirmou que a rede pode ajudar a rezar e convidou, em especial os jovens, a baixarem o app e a rezarem com ele o terço pela paz durante a JMJ 2019.

Desde então, o aplicativo tem se difundido e conta, atualmente, com mais de 100 mil downloads⁸ (que podem ser feitos gratuitamente via Google Play ou App Store). Desenvolvido pela própria Igreja, Click To Pray repercute as intenções e pedidos mensais do Papa pela missão da Igreja e, além disso, ajuda a propagá-las e a suscitar ações concretas associadas às temáticas propostas.

⁷ Serviço Pontifício, confiado à Companhia de Jesus, a Rede possui um Diretor Mundial nomeado pelo Papa e sua missão é “sensibilizar e mobilizar os cristãos, a partir de uma relação pessoal com Jesus, e todos os homens e mulheres de boa vontade, para os desafios do mundo e da missão da Igreja que o Santo Padre expressa nas suas intenções mensais de oração” (REDE MUNDIAL DE ORAÇÃO DO PAPA, 2019, texto digital). A Rede é popularmente conhecida como Apostolado da Oração. Em 2014, o Papa Francisco aprovou a recriação do Apostolado da Oração que levou a mudança de nome para Rede Mundial de Oração do Papa (RMOP), sendo agora o Apostolado da Oração uma das formas de participação desta Rede. Os outros modos de participar da RMOP é através das Equipes de Leigos da RMOP que dinamizam a vida de oração na comunidade e estimulam ações sociais vinculadas às intenções do Papa; pelo Movimento Eucarístico Juvenil (MEJ), jovens entre 10 e 25 anos podem participar das atividades que ensinam segundo valores cristãos; e através da participação individual, que engloba todo indivíduo e/ou grupo que reza pelas intenções do Pontífice. Conforme site oficial, “um dos modos privilegiados desta participação é através das novas tecnologias, como o ‘Click To Pray’ e ‘O Vídeo do Papa’” (REDE MUNDIAL DE ORAÇÃO DO PAPA, 2019, texto digital).

⁸ Conforme dados do Google Play em 30/06/2019.

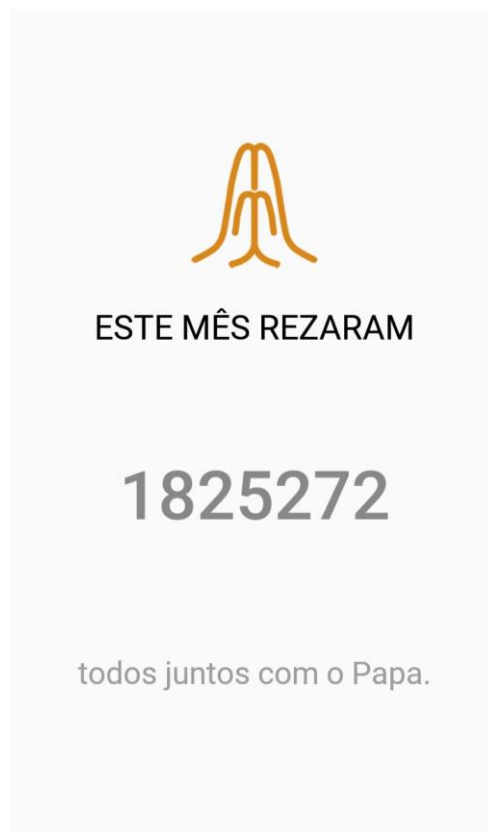
Figura 2 – Tela Inicial do aplicativo Click To Pray



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Para utilizar o app é necessário ter acesso à internet e é possível acessá-lo de três diferentes formas: via conta do Facebook, via conta do Google ou via cadastro realizado no próprio aplicativo. Ao realizar login, aparecerá uma tela com o número total de pessoas que já rezaram e/ou interagiram com o Papa até aquele determinado dia.

Figura 3 – Tela do app com o indicativo de quantas pessoas já rezaram no mês



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

A principal interação do app é via clique de um ícone chamado, igualmente, de Click To Pray (FIGURA 4). A tradução literal de Click To Pray é Clique para Rezar. A ação de clicar no ícone significa que o usuário leu e meditou a oração proposta. Logo, aparece a tela com a menção “Já rezaste” (português de Portugal) (FIGURA 5), significando que a atitude do interagente de refletir determinada intenção somou com a dos outros usuários. Comparando, para melhor compreensão, o ícone Click To Pray seria semelhante a função do botão Curtir da rede social Facebook.

Outro recurso do app é o compartilhamento externo sinalizado pelo ícone com uma flecha, localizado ao lado do ícone Click To Pray (FIGURA 4). Ao clicar no referido ícone é gerado um link vinculado à página web da plataforma Click To Pray que pode ser compartilhado em diferentes meios (FIGURA 6).

Figura 4 – Ícone Click To Pray e ícone de compartilhamento externo



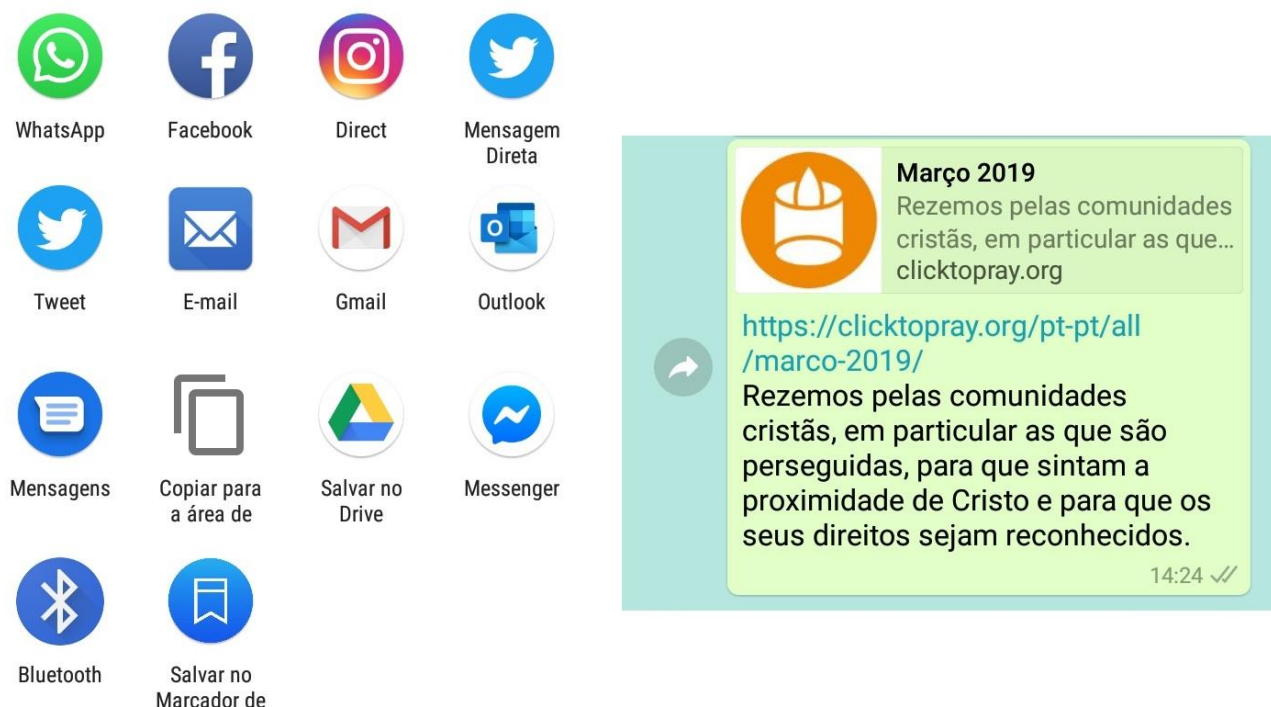
Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Figura 5 – Mensagem ao clicar no botão Click To Pray



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Figura 6 – Opções de compartilhamento e tela do formato do link no compartilhamento via WhatsApp

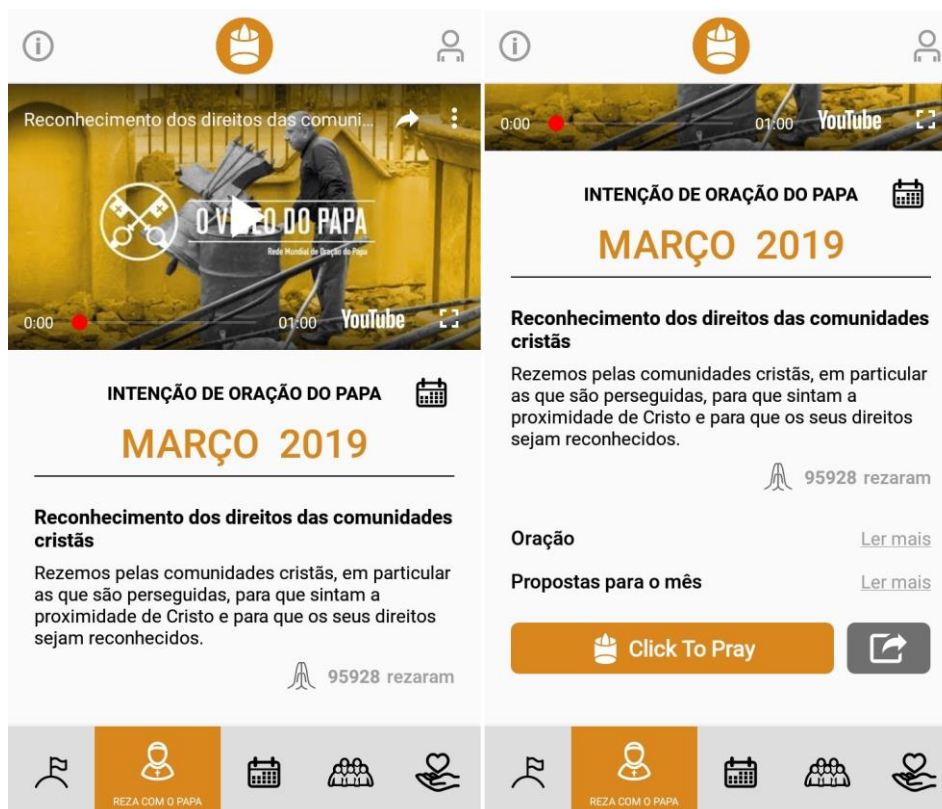


Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

No aplicativo, o usuário encontrará orações diárias (manhã, tarde e noite), as intenções mensais de oração do Papa, propostas de ação, o Vídeo do Papa, a meditação do Rosário e as preces/publicações dos demais usuários, inclusive do Santo Padre. Click To Pray é dividido em três principais seções: “Reza com o Papa”, “Reza cada dia” e “Reza em rede”, além das seções Campanhas e Doar, todas acessadas por meio de um ícone localizado na parte inferior da tela.

A seção “Reza com o Papa” (FIGURA 7), identificada por um ícone que lembra a figura de um papa, reúne as principais intenções do mês do Pontífice. Geralmente, as temáticas dos pedidos estão relacionadas com os desafios da humanidade que dizem respeito a todas tradições religiosas, o que indica o caráter ecumênico do aplicativo.

Figura 7 – Tela principal da seção Reza com o Papa



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

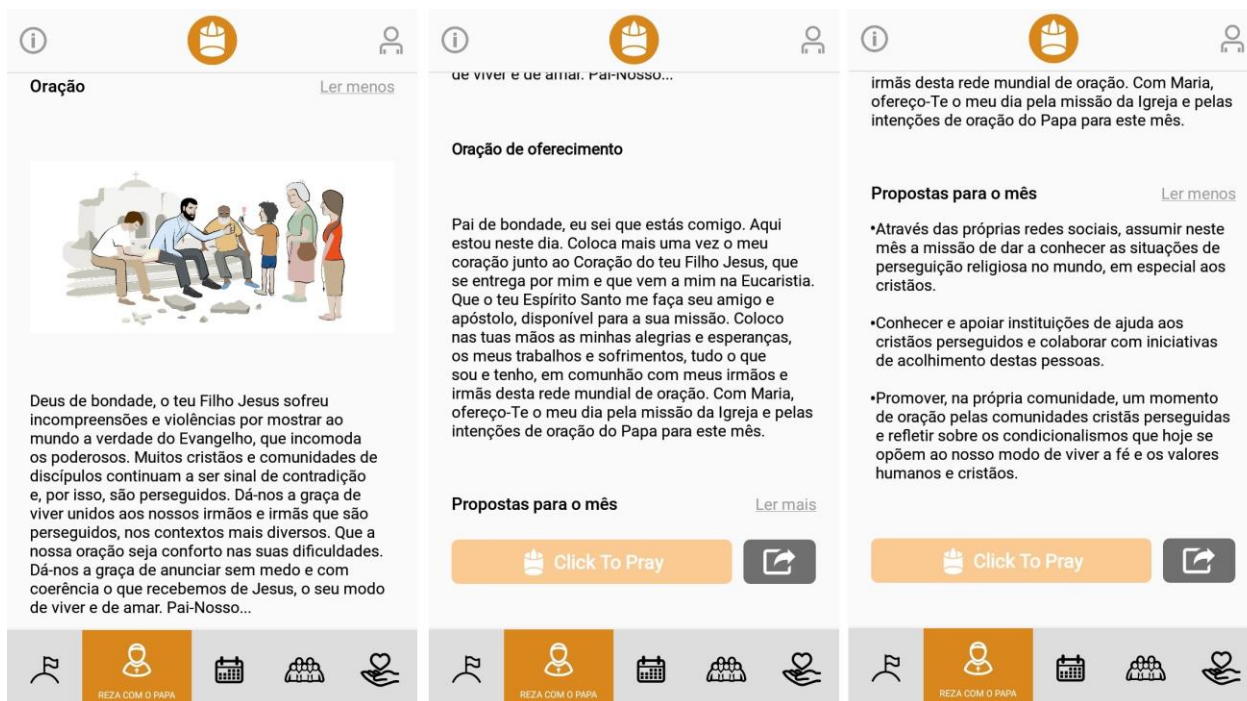
Na parte superior da tela está “O Vídeo do Papa” – outro projeto de iniciativa da RMOP com a intenção de divulgar as intenções mensais de oração do Santo Padre. O vídeo é produzido com imagens que contextualizam a temática da oração do mês e apresentando fatos ou situações que exemplificam a necessidade de atenção ao tema. Tem como protagonista o Papa Francisco e é publicado mensalmente no canal do Youtube e linkado na seção “Reza com o Papa” do Click To Pray. O vídeo é exibido na própria plataforma do app, não sendo necessária mudança de telas ou de aplicativos.

No ícone em forma de calendário, ao lado do dizer “Intenção de Oração do Papa”, é possível pesquisar outros meses e anos. No aplicativo, as orações mensais estão disponíveis a partir de fevereiro de 2015. Mudanças são perceptíveis ao longo desses 4 anos de uso do app, como a inclusão, em janeiro de 2016, das “Propostas para o mês” com sugestões de ações para serem praticadas durante o período; a inserção, a partir de junho de 2018, do “Vídeo do Papa” e de ilustrações antes da

oração; e, em fevereiro de 2019, passa-se a ter, além da oração geral, uma oração de oferecimento, aparecendo em todos os meses seguintes.

Logo abaixo ao vídeo está o mês, a prece principal, a oração, o número de pessoas que já rezaram até o determinado dia de acesso e as propostas para o mês. Ao clicar no “Ler mais” ao lado do item Oração e Proposta para o mês, aparece o texto referente àquele item, conforme ilustrado abaixo. Se o usuário meditou a oração, o mesmo clica no Click To Pray.

Figura 8 – Telas com a Oração, Oração de oferecimento e Propostas para o mês de Março de 2019 na seção Reza com o Papa



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

A outra seção do aplicativo, “Reza cada dia”, identificada pelo ícone calendário na parte inferior da tela, propõe três momentos de oração diários: manhã, tarde e noite. O app utiliza as expressões “Com Jesus pela manhã”, “Com Jesus à tarde” e “Com Jesus à noite” (FIGURA 8) para evidenciar a pausa nestes três momentos específicos do dia para o usuário fazer seu momento de meditação. O sentido das preces é semelhante: agradecimento e entrega. Se o usuário do app fez a leitura da oração, ao final, o mesmo clica no botão Click To Pray para sinalizar sua participação na reza.

Figura 9 – Telas seção Reza cada dia com as orações na manhã, tarde e noite

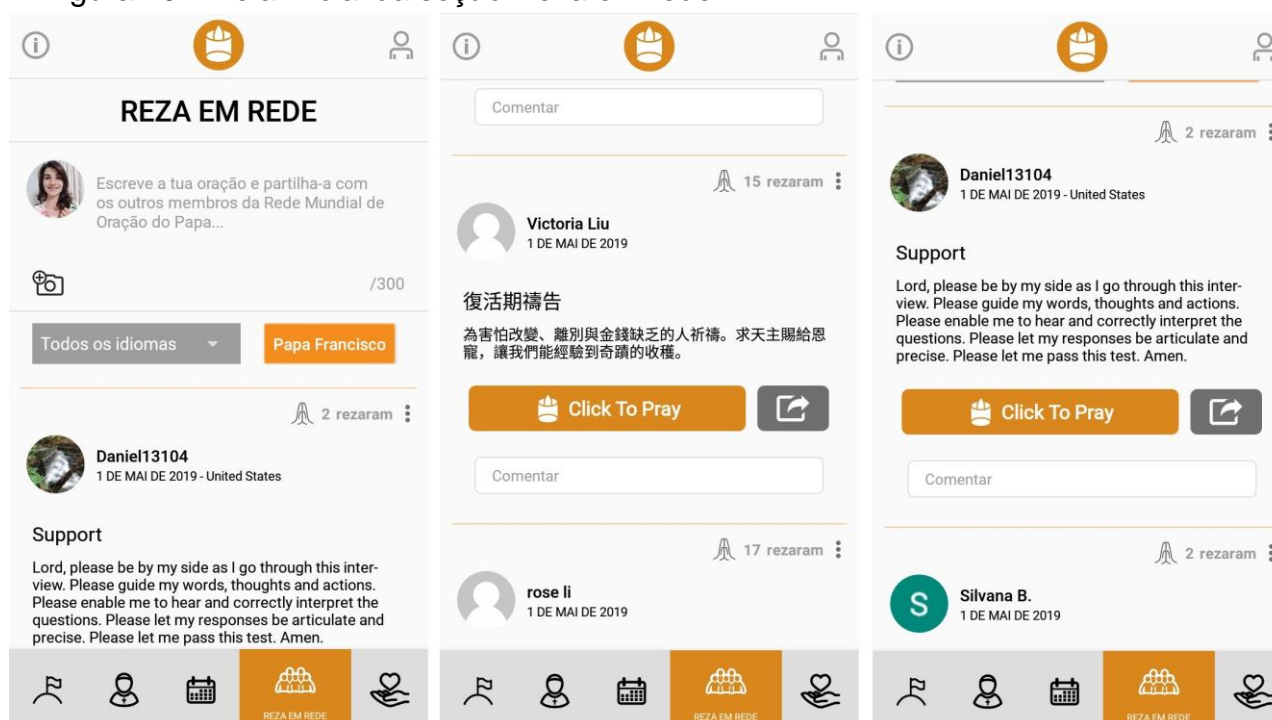


Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

A seção “Reza em rede”, ícone que simboliza um grupo de pessoas, é o espaço em que os usuários partilham as suas orações. É possível fazer uma prece com título e texto de até 300 caracteres com a possibilidade de uso de emojis e publicação de uma foto/imagem relacionada ao pedido. As opções de publicação são texto ou texto com imagem.

Independentemente do idioma que o aplicativo é baixado, nesta seção aparecem as preces de usuários de diferentes países, em diversos idiomas, ou seja, o texto da oração publicada não é traduzido automaticamente para a linguagem oficial em uso no aplicativo. Se o usuário optar por selecionar as orações em um determinado idioma, pode mudar a opção no botão “Todos os idiomas” (FIGURA 10) para o idioma desejado. Acima das publicações dos usuários do aplicativo está a menção de quantas pessoas rezaram tal intenção, pois a cada publicação de um usuário é possível Click To Pray, ou seja, deixar registrado a cooperação na meditação por tal pedido ou agradecimento. Além disso, é possível denunciar (basta clicar nos três pontos localizados ao lado da menção de quantas pessoas rezaram) caso o usuário interprete que a publicação seja ofensiva, e é também permitido deixar um comentário e compartilhar externamente a intenção publicada.

Figura 10 – Tela inicial da seção Reza em rede

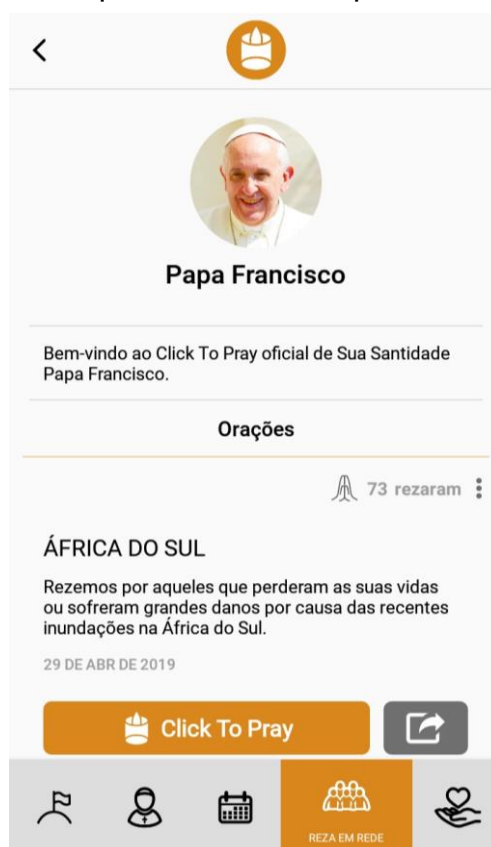


Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Nesta seção, o Papa Francisco possui um perfil no qual faz atualizações frequentes com preces que envolvem problemas sociais recorrentes e em pauta. O perfil do Pontífice pode ser acessado pelo botão “Papa Francisco” localizado ao lado do botão “Todos os idiomas” (FIGURA 10).

O perfil pessoal do Papa permite que o usuário esteja sempre em sintonia com as preces da Igreja, representada pela sua instância maior, pois as intenções publicadas nesta seção não necessariamente estão relacionadas com a temática da intenção proposta para o mês em vigência. No capítulo da análise veremos que muitas das orações publicadas no perfil do Papa Francisco têm relação com algum acontecimento/tragédia social recente. Assim como nos demais perfis, é permitido ao usuário comentar, compartilhar externamente a publicação do Papa e até mesmo denunciar, além de Click To Pray.

Figura 11 – Tela do perfil do Papa Francisco no aplicativo Click To Pray



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

As outras duas seções do aplicativo, Campanhas e Doar, também estão localizadas na parte inferior e são identificadas por uma bandeirinha e uma mão com coração, respectivamente. A seção “Doar” é voltada aos usuários que desejam contribuir com o projeto, de forma espontânea. Neste caso, é possível fazer doação apenas em Euro, conforme figura abaixo.

Figura 12 – Seção Doar no aplicativo Click To Pray



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Já a seção “Campanhas” (FIGURA 13) reúne as campanhas de oração realizadas mundialmente. Até o mês de junho deste ano, apenas uma campanha foi realizada: JMJ 2019 – Rosário pela Paz, respondendo ao apelo do Papa para os jovens na Jornada Mundial se unirem à RMOP na reza do Santo Rosário, pedindo principalmente pela paz nas famílias, na Igreja e no mundo.

Com o app é possível meditar todo o Rosário⁹ através de orações, vídeos e áudios. Ao clicar no Rosário pela paz o app abre uma nova tela com uma oração que contextualiza e faz um breve pedido de união pela paz. Abaixo tem os Mistérios

⁹ Rosário é uma “modalidade de oração que consiste em recitar quinze dezenas de ‘Ave-Maria’, precedidas cada qual por um ‘Pai-Nosso’ e seguidas de um ‘Glória ao Pai’; a cada dezena está associada a contemplação de um mistério, ou seja, de um dos principais acontecimentos da vida de Cristo ou de sua Mãe Santíssima” (AQUINO, 2011, texto digital).

gozosos, dolorosos, gloriosos e luminosos¹⁰, distribuídos conforme determinação da Igreja para cada dia da semana.

Figura 13 – Telas seção Campanhas de oração



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Ao acessar cada Mistério, o usuário tem disponível uma breve oração de entrega, um vídeo que apresenta o significado do Mistério que está sendo contemplado, e depois, para cada dezena do terço, há um áudio que explica o que se pretende meditar naquele Mistério e uma mensagem que contextualiza a vida no tempo de Jesus com os tempos atuais (FIGURA 14). A oração das Ave-Marias (o terço) é por conta do usuário. Após, vem a oração final. Neste espaço também é possível o compartilhamento externo, além do registro da oração através do botão Click To Pray.

¹⁰ Segundo a prática corrente na Igreja Católica as segundas-feiras e os sábados são dedicados aos mistérios da alegria (gozosos) que meditam sobre o amor de Deus e o mistério da Encarnação com o nascimento de Jesus; as terças e sextas-feiras são dedicadas aos mistérios da dor (dolorosos) que contemplam o mistério da Redenção com a morte de Jesus na cruz; as quartas-feiras e os domingos são dedicados aos mistérios da glória (gloriosos) que refletem o mistério da Ressurreição de Jesus; e a quinta-feira é dedicada aos mistérios da luz (luminosos) que meditam desde a infância à vida pública de Jesus.

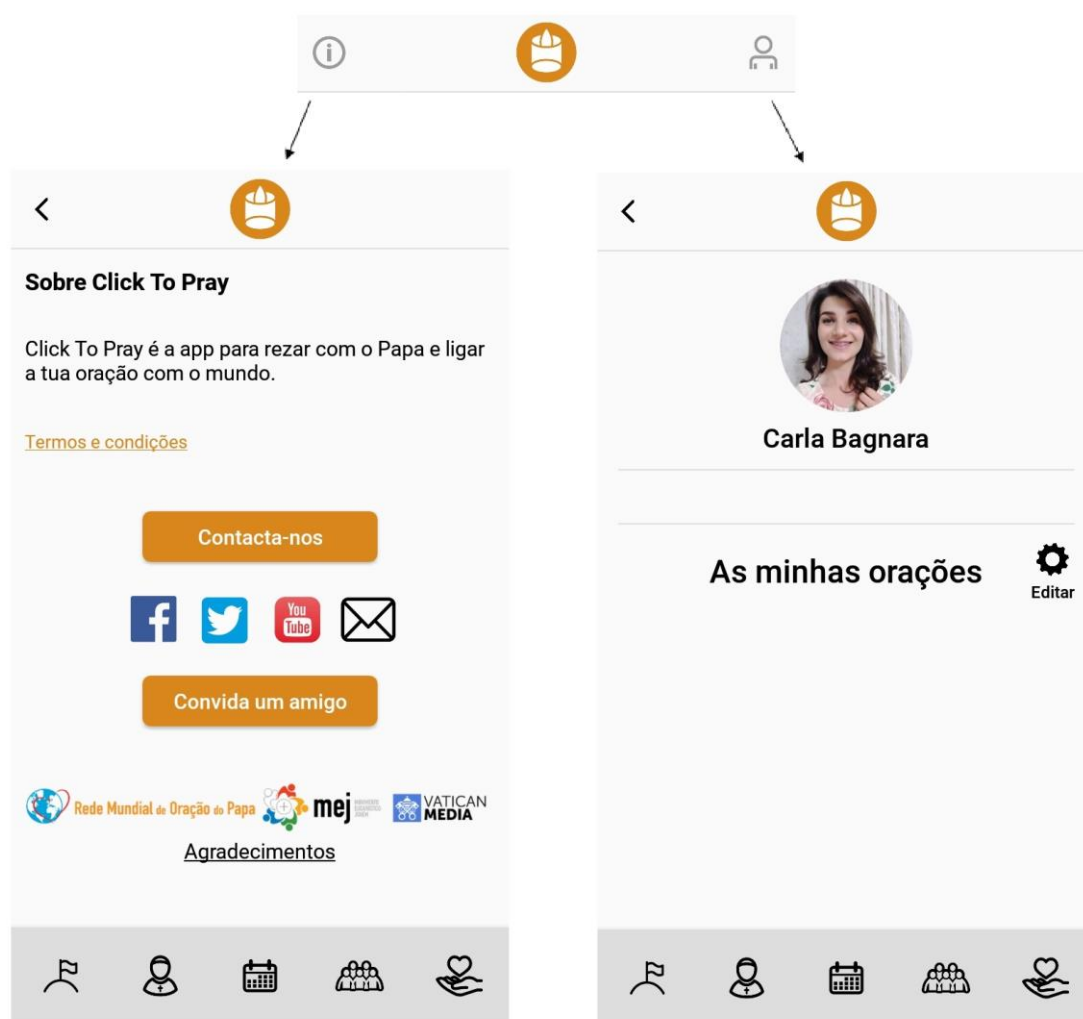
Figura 14 – Elementos acessíveis na meditação dos Mistérios do Rosário



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Os ícones da parte superior do app (FIGURA 15) dão acesso às informações sobre termos e condições do aplicativo e formas de contato com os criadores (ícone à direita: círculo com a letra i) e possibilitam a edição do perfil do usuário (ícone à esquerda: boneco). Além disso, de forma centralizada está o ícone oficial da plataforma, composto por um círculo laranja com uma vela branca. Essa barra superior está sempre visível, independentemente das seções que são acessadas pelo usuário.

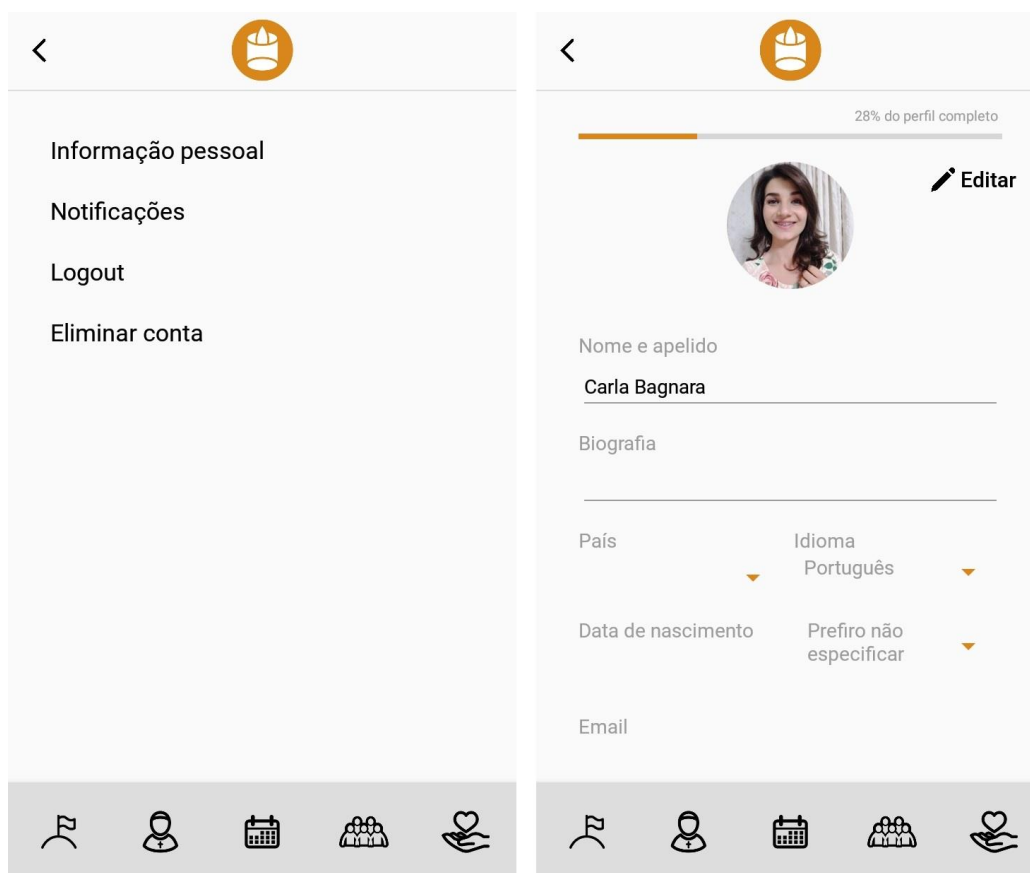
Figura 15 – Ícones de informações e configuração de perfil



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Ao acessar o próprio perfil é possível visualizar as orações do usuário. Ao clicar em editar, abre-se uma nova tela com as opções de edição. O item “Informação Pessoal” é o espaço onde o usuário pode completar suas informações para o perfil, podendo incluir uma breve biografia, além de outros dados que podem ser vistos na Figura 16. O item “Logout” é para o usuário que deseja desligar-se do aplicativo e o item “Eliminar conta” é destinado para quem deseja excluir o perfil.

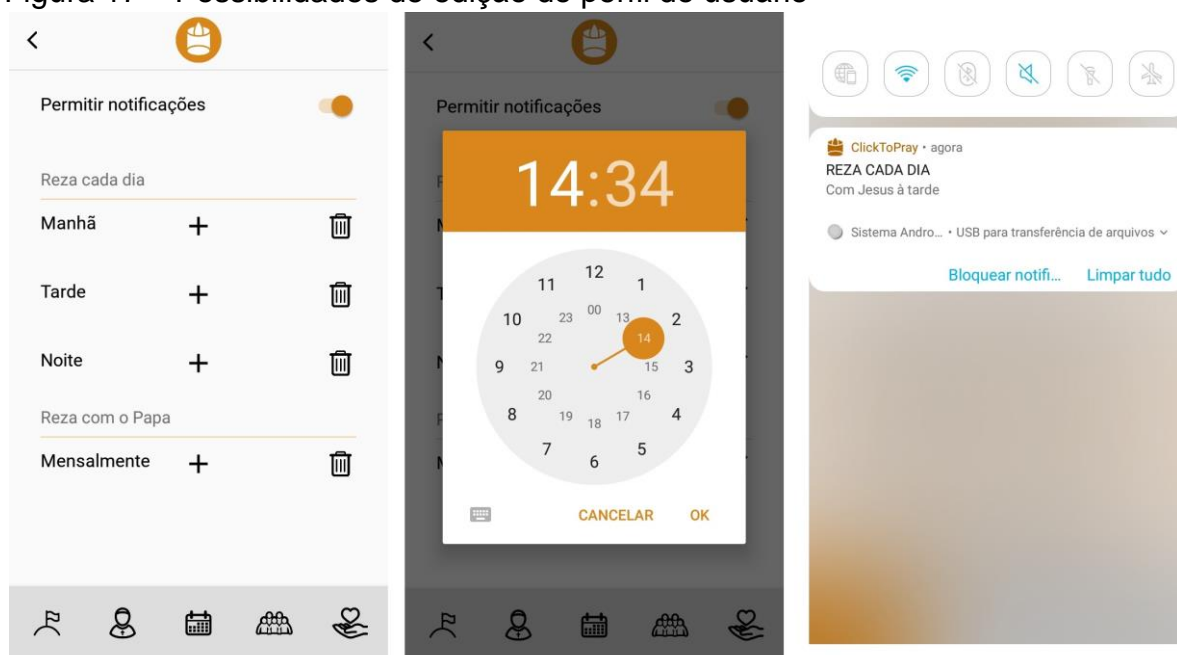
Figura 16 – Possibilidades de edição do perfil do usuário



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Por fim, o item “Notificações” é um elemento útil para quem deseja criar uma rotina de meditação, pois através dele pode-se programar um alarme para notificar na tela inicial do celular que está na hora de rezar. Ao clicar em Notificações e habilitar o item “Permitir notificações”, o usuário pode programar três notificações por dia (manhã, tarde e noite) e/ou uma notificação por mês (FIGURA 17).

Figura 17 – Possibilidades de edição do perfil do usuário



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

De forma breve, buscou-se apresentar as principais funções do aplicativo Click To Pray. O objetivo do uso de figuras foi mostrar a aparência visual do app, além de suas funcionalidades e formas de interação.

No próximo capítulo apresentamos a metodologia de pesquisa utilizada para compreender melhor o uso deste app no contexto de uma sociedade midiaticizada, e mais que isso, como parte do fenômeno da midiaticização digital da religião católica.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

“Pode-se definir pesquisa como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico” (GIL, 2012, p.26, grifo nosso).

Neste capítulo é apresentado o método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa. Dispondo de uma abordagem qualitativa, este estudo configura-se como exploratório e descritivo, fundamentado em pesquisas bibliográficas, análise documental e em dados coletados por intermédio de um questionário.

Ainda que a aplicação do questionário possibilitasse coleta de dados quantitativos, o número limitado de participantes e a escolha de uma amostra intencional e não representativa não permitiram generalizações, pois conforme Amaral, Fragoso e Recuero (2012, p.62) “quando se pretende generalizar amplamente os resultados da pesquisa, é preciso trabalhar com uma amostra representativa”. Dessa forma, a pesquisa sobre o uso do aplicativo Click To Pray é qualitativa e enquadra-se na temática da apropriação tecnológica¹¹.

De acordo com Goldenberg (2013, p.14), na pesquisa qualitativa, a atenção do pesquisador não está na “representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão”, neste caso, do uso do aplicativo religioso pelos atores sociais em uma sociedade em midiatização. Ademais, a pesquisa

¹¹ "Estudos sobre a reconfiguração de práticas sociais/culturais e sociabilidade em função das TICs [Tecnologias da Informação e Comunicação]" (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2012, p. 47).

qualitativa, conforme a autora, objetiva análises baseadas no “aspecto subjetivo da ação social” (2013, p. 49). Por isso, em uma pesquisa qualitativa “não é possível formular regras precisas” (GOLDENBERG, 2013, p. 57), pois cada observação é única. Assim, o estudo apresenta uma perspectiva empírica, ou seja, o entendimento adquirido na prática, baseado na experiência (MALDONADO, 2011).

Para Maldonado (2011), quando se considera o campo midiático, os sistemas e estruturas nas pesquisas em comunicação o “empírico é imprescindível” (p. 285). As autoras Amaral, Fragoso e Recuero (2012) complementam essa ideia alegando que o “universo empírico tem a internet como ponto de partida” (p. 57). À vista disso, esta pesquisa usará deste viés para entender os vínculos estabelecidos entre a organização religiosa católica e seu público por meio da experiência deste com o aplicativo de oração Click To Pray. Pois, segundo Maldonado (2011, p. 285)

pesquisar um meio requer concebê-lo como um complexo de estruturas, pensá-lo como um campo de produção e contradições e observá-lo no seu funcionamento concreto, buscando sistematizar procedimentos operativos e ideais em raciocínios que incluam a experiência, as vivências de realização diária, as condições de produção e os produtos fabricados nesses processos.

Todo processo de observação desta pesquisa considerou as particularidades do aplicativo em estudo, assim como suas lógicas, estruturas e propriedades. Quanto à finalidade, este estudo configura-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória porque pretende desenvolver sobre o fenômeno da mediatização digital do campo religioso, especificamente o católico. E descritiva pois propõe-se a caracterizar as principais funções do aplicativo de oração Click To Pray e pormenorizar as interações entre a Igreja Católica, representada pelo Papa Francisco, e os usuários, além de levantar opiniões acerca dos usos e funcionalidades do app por parte dos interagentes.

Goldenberg (2013, p. 79) assinala que “um dos primeiros passos do pesquisador é o de definir conceitos fundamentais” para a construção do quadro teórico, ou seja, o referencial. Assim, foi utilizado o método bibliográfico, considerado por Stumpf (2011) como o planejamento inicial de qualquer pesquisa, como um meio para a realização do potencial estudo.

Conforme o autor Antônio Carlos Gil (2012), esse método é desenvolvido com base em materiais já elaborados, revisando assim o estado da arte do tema em questão. Logo, a pesquisa bibliográfica direcionada a esse estudo foi desenvolvida por meio de leitura reflexivo-crítica de livros, artigos científicos, periódicos, dissertações e teses que abordam o fenômeno da midiatização da sociedade e, mais especificamente, do campo religioso.

Ainda de acordo com Gil (2012), é necessário o pesquisador assegurar as “condições em que os dados foram obtidos, analisar em profundidade cada informação para descobrir possíveis incoerências ou contradições e utilizar fontes diversas” (p.51). Assim, para a primeira temática - midiatização da sociedade, usamos autores especialistas como Antônio Fausto Neto (2002; 2018), Eliseo Verón (1997; 2014), José Luiz Braga (2006; 2009), Moisés Sbardelotto (2017), Pedro Gilberto Gomes (2017) e Stig Hjarvard (2014), para especificar e discutir o fenômeno da midiatização da sociedade. No subitem relativo à midiatização do campo religioso, especificamente a religião católica, principalmente no ambiente digital, mencionamos novamente os autores Antônio Fausto Neto (2002; 2018) e Moisés Sbardelotto (2017), além de Paulo Roque Gasparetto (2010) e Ricardo Zimmermann Fiegenbaum (2006).

Maldonado (2011, p.295) explica que a prática teórica exige um planejamento que defina objetivos de trabalho que integrem “atividades rotineiras de estudo, reflexão, registro, sistematização, descrição e interpretação das propostas teóricas em análise”. Portanto, a pesquisa bibliográfica deu-se durante todo o processo de elaboração deste estudo - inclusive no decorrer da construção do projeto de pesquisa e, conseqüentemente, mais autores foram consultados bem como temáticas afins abordadas para a complementação de ideias e conceitos. Também, ao longo do método bibliográfico e em todo material pesquisado realizou-se o trabalho de fichamento, uma técnica “prática de juntar a teoria e o material empírico” (GOLDENBERG, 2013, p. 81).

Ainda, outro meio de pesquisa utilizado para a elaboração deste estudo foi a análise documental, muito semelhante à pesquisa bibliográfica, diferente apenas na natureza das fontes (GIL, 2012). Segundo Moreira (2011), as fontes mais comuns

desta técnica são jornais, revistas, imagens, gravações e, também, documentos oficiais, técnicos ou pessoais. Conforme a autora, a análise documental “funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos” (MOREIRA, 2011, p. 276), por isso utilizou-se este método para contextualizar a postura adotada pela Igreja Católica no processo da globalização, especialmente no que concerne à temática da comunicação. A pesquisa foi realizada principalmente nas mensagens papais alusivas ao Dia Mundial das Comunicações Sociais disponíveis no site oficial do Vaticano e que esclarecem e divulgam a atual compreensão da Igreja, por meio da sua figura máxima, o Papa, sobre as complexas relações estabelecidas entre comunicação e sociedade.

Também se utilizou a técnica da pesquisa documental como meio para descrever e analisar o objeto desta pesquisa: o aplicativo de oração Click To Pray. Com imagens das diferentes seções do app, obtidas através de *prints* (capturas) das telas do smartphone da autora deste estudo, e por meio de leitura dos sites oficiais da Rede Mundial de Oração do Papa (RMOP) e da Plataforma Click To Pray, foi possível especificar, de forma minuciosa, os princípios e as características técnicas do aplicativo.

Uma vez que se busca entender os protocolos de funcionamento do aplicativo de oração, o perfil do Papa Francisco e a experiência de uso por um grupo de fiéis, decidimos dividir a análise em três etapas: análise das intenções mensais, considerando a seção “Reza com o Papa”; análise da seção “Reza em rede” com enfoque no perfil do Papa e as interações; e análise das respostas ao questionário aplicado a um grupo de usuários do aplicativo em estudo. Portanto, a pesquisa documental, a internet e o questionário foram os instrumentos escolhidos para a coleta de dados.

A pesquisa documental para a análise, como já exposto, deu-se a partir de *prints* das telas da seção “Reza com o Papa” do aplicativo de janeiro a setembro de 2019. Na seção “Reza em rede”, do perfil do Papa, priorizou-se as publicações de 1 de janeiro de 2019 a 9 de outubro de 2019. Neste intervalo de tempo, o sumo pontífice publicou 44 vezes no aplicativo. Para fins de organização do material que

compõe o corpus de análise desta pesquisa, organizamos tabelas, nas quais se extrai as inferências que subsidiam a análise proposta na pesquisa.

A internet, além de ser usada como principal ambiente de pesquisa (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012) foi utilizada como ferramenta para coleta de diferentes dados e informações, em conjunto com o questionário. Como Gil (2012) explica, o questionário é uma técnica composta por um conjunto de questões submetidas às pessoas com o objetivo de obter diferentes informações, relacionadas, por exemplo, às crenças, sentimentos, expectativas e valores. Aplicar um questionário como um meio de coleta de dados em uma pesquisa apresenta vantagens e, segundo Gil (2012), atinge grande número de pessoas, garante o anonimato e permite que os participantes respondam no momento que acharem oportuno.

Sobre a amostragem, como dito anteriormente, para esta pesquisa utilizou-se a amostragem qualitativa, ou seja, amostra intencional, uma vez que “buscam selecionar os elementos mais significativos para o problema de pesquisa” (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2012, p. 68). Conforme as autoras, os elementos da amostra intencional são selecionados conforme apresentam as características necessárias para a investigação e um conjunto de definições pertinentes pré-estabelecidas. Em virtude de o objeto de análise desta pesquisa ser um aplicativo de oração, para a seleção da amostra priorizamos indivíduos católicos, em sua maioria jovens, que já possuem uma vivência e prática mais assídua da religião. Tais participantes fazem parte do ciclo de conhecidos da pesquisadora, que também é cristã. Assim, a amostragem deste estudo é intencional por critério e conveniência.¹²

Inicialmente, enviou-se uma mensagem, em maio deste ano, a uma amostra composta por 40 pessoas, via aplicativos Whatsapp e Messenger, explicando a conjuntura da pesquisa e do objeto empírico e convidando os participantes a fazer o download do app Click To Pray (caso ainda não o tivesse instalado no celular) e a usá-lo durante um determinado período de tempo. Ao total, 23 pessoas concordaram em participar do estudo.

¹² "Seleção de casos ou elementos que estão mais próximos, mais acessíveis ou com os quais é mais fácil ou mais barato trabalhar" (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2012, p. 81).

Em agosto o contato com os participantes foi retomado e o link do questionário formulado na plataforma Google (Formulários Google) com prazo de 15 dias para aceitar respostas foi enviado. Conforme Goldenberg (2013), tanto entrevistas quanto questionários podem ser estruturados de diferentes formas. Para esta pesquisa optou-se por um questionário padronizado, no qual “as perguntas são apresentadas a todas as pessoas exatamente com as mesmas palavras e na mesma ordem” (GOLDENBERG, 2013, p. 86) e com perguntas que variam do tipo aberta e fechada. Nas perguntas fechadas, segundo Goldenberg (2013, p. 86), as respostas são “limitadas às alternativas apresentadas”, o que torna mais fácil sua aplicação e análise, porém restringe as respostas às opções apresentadas, “mesmo quando há outras razões” (GOLDENBERG, 2013, p. 86). Já nas perguntas abertas as respostas são livres, o participante escreve o quanto lhe convém, por isso a análise das respostas é mais difícil. (GOLDENBERG, 2013).

Em relação ao conteúdo das perguntas, tendo como base as explicações de Gil (2012), as mesmas variaram entre questões sobre fatos - dados concretos como idade, sexo, atitudes e crenças, comportamento e sentimentos. Quanto à ordenação das questões, adotou-se a tradicional técnica do funil, na qual cada pergunta relaciona-se com a anterior e apresenta mais especificidade (GIL, 2012). Ressalta-se que o questionário é anônimo e está disponível no Apêndice da pesquisa.

Goldenberg (2013) alerta que quando se utiliza o questionário para coleta de dados “lidamos com o que o indivíduo deseja revelar, o que deseja ocultar e a imagem que quer projetar de si mesmo e de outros” (p. 85). Mesmo assim, o uso do questionário foi considerado o mais adequado considerando os objetivos desta pesquisa.

Assim, dos 23 participantes do estudo, 11 responderam ao questionário. Os dados obtidos foram organizados e categorizados em tabelas conforme cada pergunta. Na análise e interpretação dos dados seguiu-se a recomendação dada por Gil (2012, p. 178):

Para interpretar os resultados, o pesquisador precisa ir além da leitura dos dados, com vistas a integrá-los num universo mais amplo em que poderão ter algum sentido. Esse universo é o dos fundamentos teóricos da pesquisa e o dos conhecimentos já acumulados em torno das questões abordadas.

Daí a importância da revisão da literatura, ainda na etapa do planejamento da pesquisa. Essa bagagem de informações, que contribuiu para o pesquisador formular e delimitar o problema e construir as hipóteses, é que o auxilia na etapa de análise e interpretação para conferir significado aos dados.

A apresentação dos resultados, sua análise e interpretação serão relatados e discutidos no próximo capítulo.

5 ANÁLISES

“[A análise] procura explicar os fatos, processos e fenômenos relacionando-se adequadamente com a experiência e o mundo real empírico”. (MALDONADO, 2011, p. 297, grifo nosso).

A análise desta pesquisa se dará em três momentos. Primeiro, é apresentado os dados da seção “Reza com o Papa” do aplicativo Click To Pray. Como já exposto na metodologia, capturou-se as telas do aplicativo e realizou-se uma observação e leitura cuidadosa para interpretação dos materiais com base nos fundamentos teóricos da pesquisa. A segunda parte da análise é composta pelas capturas de tela das postagens do Sumo Pontífice em seu perfil na seção “Reza em rede” e das interações. E por fim, na terceira parte são apresentadas as respostas ao questionário aplicado online a 23 participantes da pesquisa. A interpretação e análise dos dados deu-se a partir das leituras teóricas.

Como já apresentado no capítulo 3, intitulado Descrição do Objeto, o aplicativo em estudo é dividido em cinco seções, sendo três as principais: “Reza com o Papa”, “Reza cada dia” e “Reza em rede”. A seção “Reza cada dia” (FIGURA 9) segue um determinado padrão, no qual todos os dias são propostos três momentos de oração diários, chamados de “Com Jesus pela manhã”, “Com Jesus à tarde” e “Com Jesus à noite”. Nesta seção, as orações são feitas em primeira pessoa, com tom de agradecimento e súplica, sempre recordando o pedido mensal do Pontífice.

Através das postagens desta seção, a Igreja procura auxiliar o indivíduo, mesmo na correria do dia-a-dia, a fazer uma breve pausa e a se conectar ao sagrado sem precisar se deslocar até um templo, por exemplo.

Visto que as orações são padronizadas, diferentes apenas no conteúdo, optamos por não direcionar nossos esforços analíticos nesta seção e priorizar as demais que, em nossa opinião, elucidam melhor o objetivo desta pesquisa: entender os processos interacionais desenvolvidos no aplicativo entre a Igreja e os fiéis.

5.1 Análise do aplicativo Click To Pray – Seção “Reza com o Papa”

Nesta primeira fase da análise concentramo-nos na seção “Reza com o Papa” a partir das capturas de telas durante o período de janeiro a setembro de 2019 – como já detalhado no capítulo anterior. Na seção, são realizadas as postagens com as intenções mensais de oração do Papa mediante os desafios do mundo e a missão da Igreja Católica.

A proposta de oração mensal na seção “Reza com o Papa” é apresentada por um vídeo, intitulado Vídeo do Papa (FIGURA 18) - outra iniciativa da RMOP com divulgação em outros canais oficiais - tendo como protagonista o próprio Papa Francisco que catequiza, ou seja, brevemente contextualiza a temática da oração que demanda a atenção da sociedade. Utilizar o Vídeo do Papa no aplicativo é um exemplo de uma tendência elencada por Sbardelotto (2017) na reconstrução do catolicismo no ambiente digital: a autorreferenciação. Ao disponibilizar o vídeo também no Click To Pray, a Igreja reforça uma autocomunicação intraeclesial, do próprio nicho, uma vez que o mesmo é produzido e propagado em outros canais oficiais católicos.

Todos os vídeos publicados no período da análise não ultrapassam 1 minuto de duração. Essa característica sinaliza a atenção dos produtores em um dos traços da sociedade: preferência por mídias com formatos mais curtos e de rápida apreensão. Além disso, o idioma oficial dos vídeos é o espanhol, língua nativa do

Pontífice, e por isso possui legenda conforme o idioma escolhido pelo aplicativo, neste caso, o português.

Figura 18 - Papa Francisco no " Vídeo do Papa" no mês de janeiro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

O Vídeo do Papa é semelhante a uma matéria jornalística, no qual o Pontífice é o narrador que, na transição de imagens, apresenta fatos referentes ao tema escolhido. As temáticas, como veremos, abordam questões referentes à dignidade humana, natureza e comunidade. De certa forma, os vídeos ilustram e acompanham uma agenda de assuntos e problemas abordados pela Igreja Católica que não necessariamente afligem a Igreja em específico, mas como temas globais, atendem, inclusive, a agenda jornalística e a agenda de organizações, entidades e governos também preocupados com essas temáticas.

Abaixo do vídeo encontramos a intenção em formato de texto e pelo título da intenção é possível interpretar qual a temática do mês. Exceto o mês de janeiro de 2019 que não apresenta a oração de oferecimento, todos as demais intenções analisadas apresentam o mesmo padrão de apresentação: vídeo, prece mensal, oração, oração de oferecimento (a mesma todos os meses) e propostas para o mês.

No aplicativo Click To Pray percebemos as características da midiatização digital apontadas por Sbardelotto (2017): para alimentar o app com conteúdo, a religião católica se sintetiza, ou seja, se digitaliza, tornando-se acessível em

qualquer momento para qualquer indivíduo com acesso à internet (ubiquização), cessando o tradicional costume do templo físico para a prática religiosa.

No mês de janeiro de 2019, o tema escolhido foi a evangelização dos jovens, especialmente os da América Latina (FIGURA 19). O discurso é propício visto que, neste mesmo mês, aconteceu a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) 2019 no Panamá. Até o dia 15 de setembro de 2019, 131.306 pessoas rezaram (interação via botão Click To Pray) por essa prece.

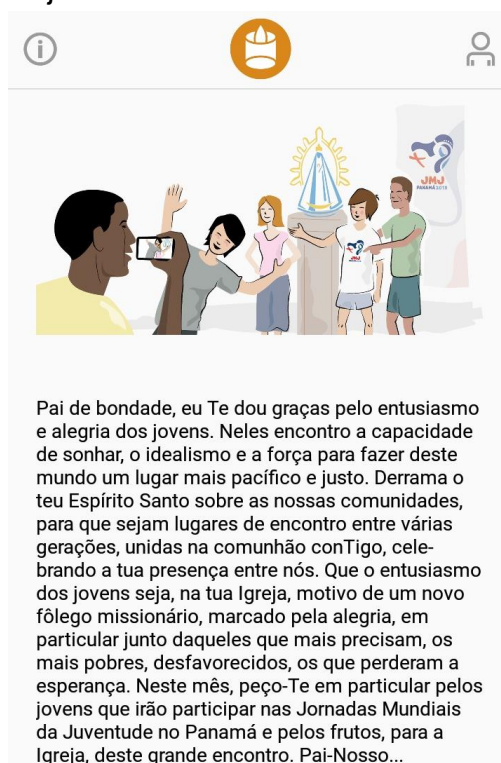
Figura 19 - Intenção mês de janeiro 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Notoriamente, percebe-se tanto na intenção quanto na oração e ilustração abaixo (FIGURA 20), o pedido de súplica do Papa pelos jovens, especialmente os que participaram da JMJ 2019.

Figura 20 - Oração mês de janeiro 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Especificamente no mês de janeiro, em virtude da JMJ 2019, as propostas de ação (FIGURA 21) foram divididas em dois grupos: para os habitantes da América Latina e para os que vivem fora dela. No geral, predomina o pedido de oração do Rosário pela Paz, também disponível no aplicativo e descrito no capítulo 3, intitulado Descrição do Objeto desta pesquisa.

Figura 21 - Propostas de ação mês de janeiro 2019

Propostas para o mês, se vives na América Latina:

- Participar nas Jornadas Mundiais da Juventude, ou em iniciativas que acompanham este evento, colaborando com o que for necessário para a sua organização e a divulgação dos frutos deste grande encontro.
- Na profunda ligação a Maria que caracteriza a Igreja da América Latina, promover a oração do Rosário nas próprias comunidades, em particular o Rosário pela paz, promovido pelo Click To Pray.
- Abrir aos os jovens processos de escuta e lugares de responsabilidade na revitalização da vida apostólica das suas comunidades locais, apoiando-os nas suas expressões de criatividade, no espírito da Missão Continental.

Propostas para o mês, se vives fora da América Latina:

- Participar nas Jornadas Mundiais da Juventude, ou acompanhar na oração este evento, especialmente através da oração do Rosário pela Paz, promovido pelo Click To Pray.
- Realizar um encontro dos responsáveis pastorais da comunidade, convidando jovens para refletirem em conjunto sobre a sua participação concreta na vida da comunidade.
- Ao longo deste mês, procurar ser anunciador da alegria do Evangelho junto dos que mais precisam, nos próprios ambientes, familiares, de amizade, trabalho, etc..

Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Ao sugerir ações práticas de evangelização, de ajuda ao próximo, de trabalhos com a comunidade, além da prática oracional individual e em grupo, a Igreja Católica enfatiza a nulidade da fé sem obras, instrução contida na Bíblia Sagrada, na Epístola de Tiago¹³. Ainda, as recomendações práticas são dadas através de um aplicativo digital (neste caso o Click To Pray) e aconselham intervenções tanto na comunidade virtual como na comunidade presencial. Logo, este aplicativo torna-se um exemplo do raciocínio de Sbardelotto (2017) quando afirma que no ambiente digital a religião católica não se separa de sua natureza doutrinária, mas assim permanece e evolui, fazendo uso das possibilidades fornecidas pela rede para a evangelização.

O mês de fevereiro de 2019 foi dedicado à temática mundial: tráfico de pessoas (FIGURA 22). Até o dia 15 de setembro de 2019, 57.268 pessoas meditaram esta intenção. A oração proposta para este mês clama pela compaixão aos necessitados, como pode ser visto na Figura 23.

¹³ Capítulo 2, versículos 14 e 26 do Livro de Tiago: “De que aproveitará, irmãos, a alguém dizer que tem fé, se não tiver obras? [...] Assim como o corpo sem a alma é morto, assim também a fé sem obras é morta.” A Carta de Tiago é considerada um guia, com conselhos e virtudes para os cristãos.

Figura 22 - Intenção mês de fevereiro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 23- Oração mês de fevereiro 2019

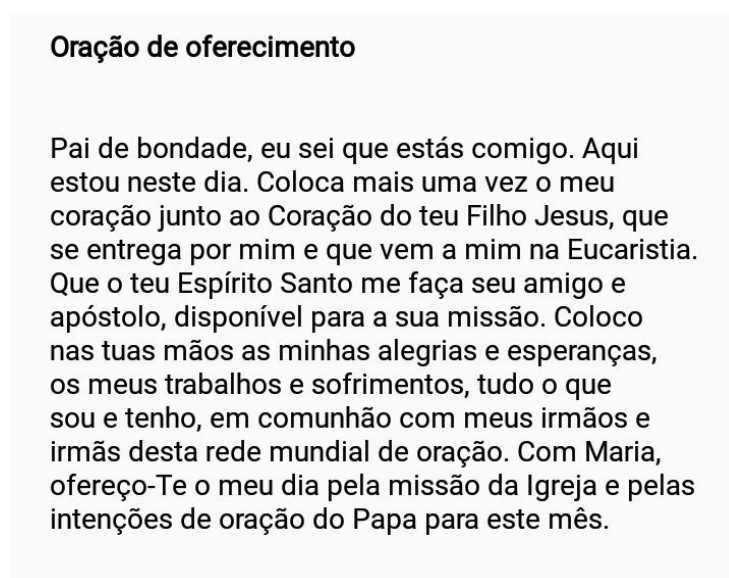


Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Todas as orações propostas no aplicativo durante o período da análise finalizam com o Pai-Nosso¹⁴, elucidando uma característica de aproximação também com indivíduos não fiéis ou menos assíduos. Além disso, a finalização das orações com a reza do Pai-Nosso ilustra a proposta ecumênica do app, fazendo com que fiéis e não fiéis que se interessarem possam utilizar o app em virtude de não haver exigência de conhecimento dogmático ou específico da Igreja Católica e suas práticas religiosas para uso e interação.

A Oração de oferecimento (FIGURA 24), como já mencionado, é a mesma todos os meses (exceto janeiro/2019), ou seja, é um fio condutor. Sua repetição mensal vincula cada uma das temáticas. A essência da oração é a oferta sincera do indivíduo que está meditando-a, reiterando o “sacrifício” pela missão da Igreja e pelas intenções do Papa e a participação em uma comunidade de oração, aqui representada pelo aplicativo Click To Pray, fora dos templos físicos.

Figura 24- Oração de oferecimento mensal

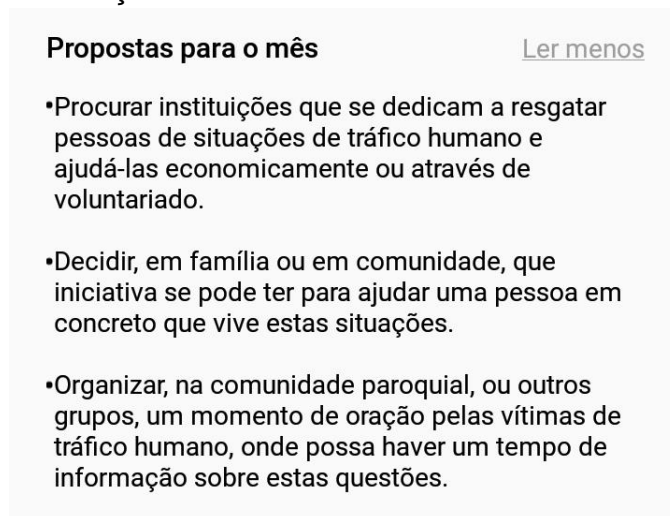


Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

As propostas para o mês de fevereiro de 2019 focaram em ações concretas pelas vítimas de tráfico humano, como pode ser visto na figura abaixo.

¹⁴ Oração mais conhecida do Cristianismo, no Pai-Nosso Jesus ensina a viver o amor a Deus e ao próximo. Foi o próprio Jesus quem criou a oração – ver passagem bíblica: Mateus 6, 9-15.

Figura 25 - Propostas de ação mês de fevereiro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Em março de 2019 rezou-se pelas comunidades cristãs espalhadas pelo mundo, principalmente as que ainda são perseguidas por questões religiosas (FIGURA 26), sinalizando também o teor ecumênico que perpassa a proposta do aplicativo. O apelo do Papa novamente demonstra compaixão e empatia pelos que sofrem, e clama aos cristãos para que façam o mesmo (FIGURA 27). Ao total, 96.047 pessoas rezaram por essa intenção durante o período de análise.

Figura 26- Intenção mês de março de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

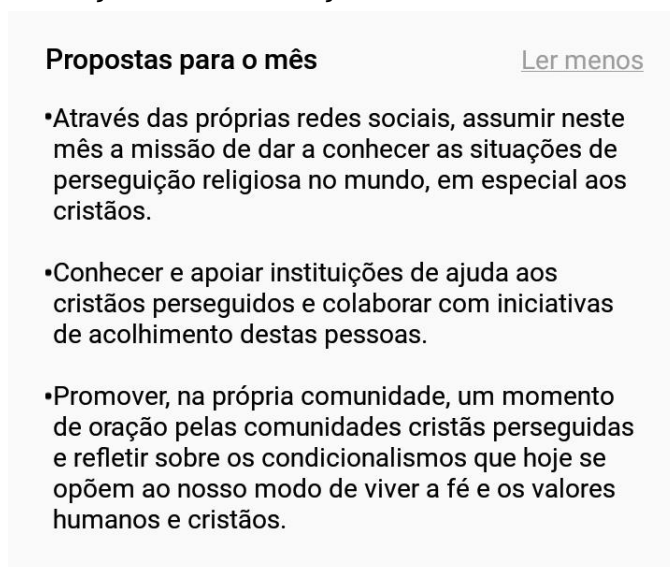
Figura 27 - Oração mês de março de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Na figura 28, vemos que as propostas de ação para março estimulam a divulgação dos casos de perseguição religiosa no mundo, especialmente por meio das redes sociais, para que outras pessoas conheçam esta realidade, posto que para muitos é considerado algo do passado, já superado.

Figura 28 - Propostas de ação mês de março de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Como já observado no referencial teórico desta pesquisa, o campo religioso, em função da centralidade dos processos midiáticos, toma a midiatização como referência para suas práticas. Ao sugerir, por exemplo, uma ação prática de evangelização nas redes sociais, a Igreja, estrategicamente, apropria-se da cultura midiática e aproxima-se de seus públicos. Ou seja, como Fausto Neto (2002) explica, não se trata apenas de uma transferência das práticas religiosas dos espaços físicos (templos) para o âmbito da mídia, trata-se da produção de sentido.

Dessa maneira, o aplicativo Click To Pray acaba sendo uma amostra desta apropriação midiática, uma nova prática religiosa. Esta nova prática religiosa, que surge através da mediação técnica e ofertas de sentido, é o cruzamento de operações entre os campos midiático e religioso (GASPARETTO, 2010). Antigas práticas sociais religiosas evoluem e são reinventadas pelo fenômeno da midiatização. A cultura da mídia torna-se, conforme Fiegenbaum (2006), uma referência para o desenvolvimento dessa nova experiência religiosa.

Em abril de 2019, o Papa propõe uma reflexão sobre os médicos e humanitários em zona de guerra (FIGURA 29). Outra temática que geralmente não ocupa as principais manchetes dos jornais ou as rodas de conversa. No intervalo de tempo da análise desta pesquisa, 28.056 pessoas rezaram por essa intenção.

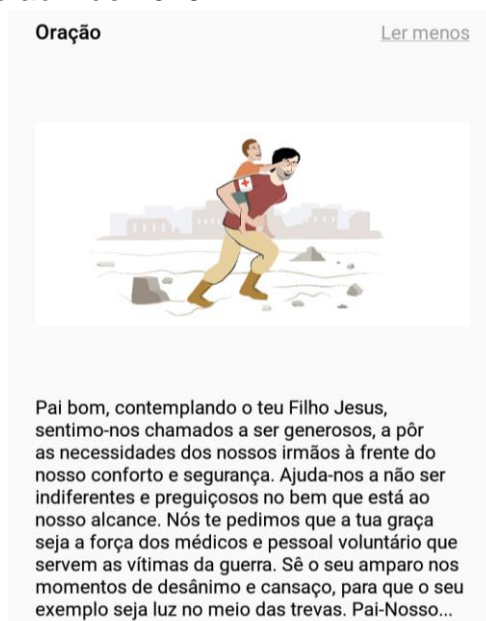
Na oração proposta pelo aplicativo em análise (FIGURA 30), pede-se à Deus a graça de não sermos indiferentes e a força para aqueles que atuam nas zonas de guerra. As propostas de abril suscitam principalmente ações de divulgação e reflexão do tema (FIGURA 31).

Figura 29- Intenção mês de abril de 2019



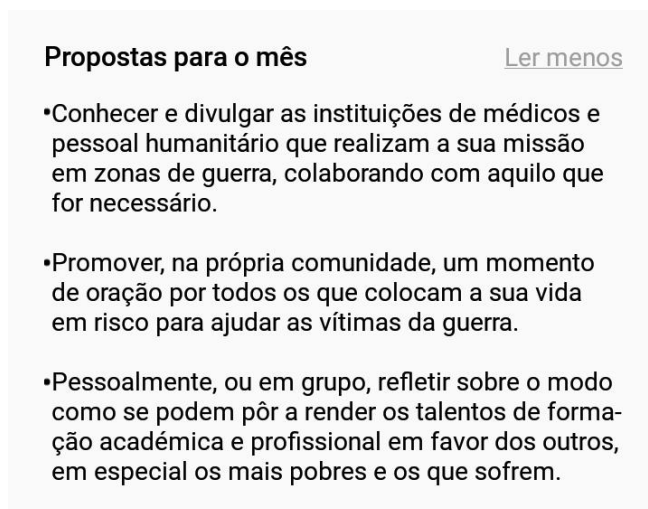
Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 30 - Oração mês de abril de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 31 - Propostas de ação mês de abril de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

É notória a postura pragmática assumida pela Igreja Católica no aplicativo. Com as propostas de ação mensais, percebemos que o Papa, além de instigar a prática oracional, incentiva também a intervenção direta no mundo da vida estimulando o exercício de um sacerdócio, mesmo que laico, nas comunidades. É uma maneira de a Igreja reforçar sua simbólica religiosa e, ao mesmo tempo,

entusiasmar uma dada comunidade a ter uma intervenção prática diante dos problemas apresentados.

Em maio, as orações foram destinadas a comunidade do continente Africano (FIGURA 32). Mais de 45 mil pessoas meditaram essa intenção no período analisado.

Figura 32 - Intenção mês de maio de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

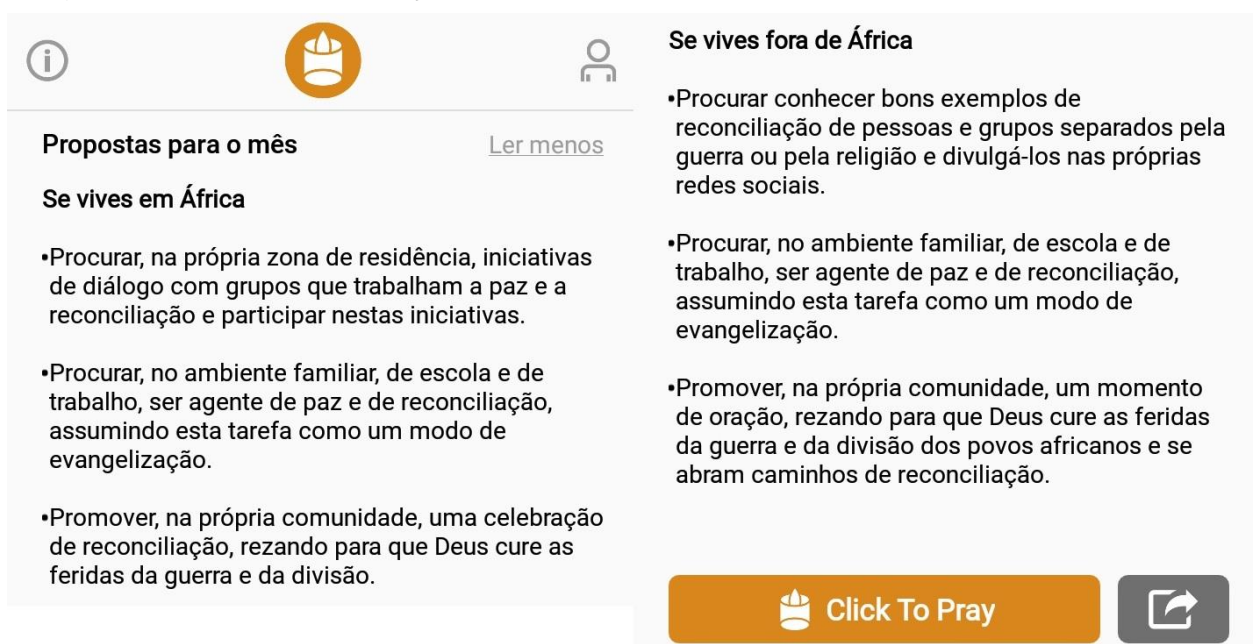
Assim como nos demais meses, a oração de maio (FIGURA 33) contemplou uma súplica pelos mais necessitados, principalmente pelos cristãos da África. As propostas para o mês (FIGURA 34) foram divididas assim como as de janeiro, porém com o grupo dos que vivem na África e dos que moram fora da África. Como pode ser visto na Figura 34, as sugestões priorizam a busca pela paz e reconciliação, especialmente nos povos africanos. Neste mês, também se aponta as redes sociais como ambiente para colocar em prática as “obras da fé”.

Figura 33 - Oração mês de maio de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 34 - Propostas de ação mês de maio de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Ao apresentar a intenção mensal de oração do Papa com recursos imagéticos – figuras e vídeos, linguagem descomplicada e interação através de um clique, botão Click To Pray - o aplicativo demonstra a dependência da instituição religiosa no modus operandi da mídia. Como Hjarvard (2014) explica, é no processo de

midiatização que a cultura e a sociedade se tornam cada vez mais dependentes dos recursos que a mídia disponibiliza. Pois, não se trata apenas de um deslocamento de um ambiente para um outro (digital), mas de uma nova forma de rezar que integra elementos próprios das mídias digitais, orações multimidiaticamente dispondo de textos e imagens (SOUSA, 2018).

E assim como Braga (2006) explica, a midiatização funciona como um processo interacional de referência. Desta forma, a prática da oração se ajusta conforme o organizador da sociedade, que para o autor é a midiatização, e passa a funcionar conforme suas lógicas interacionais, migrando até para o ambiente digital.

No mês de junho de 2019 a intenção é pelos padres (FIGURA 35). Ao total, 43.127 pessoas meditaram sobre o pedido. A oração mensal (FIGURA 36) clama para que os sacerdotes sintam o verdadeiro chamado de servir aos mais pobres na humildade. As propostas ressaltam ações conjuntas com os padres da comunidade em que participa o fiel.

Figura 35 - Intenção mês de junho de 2019



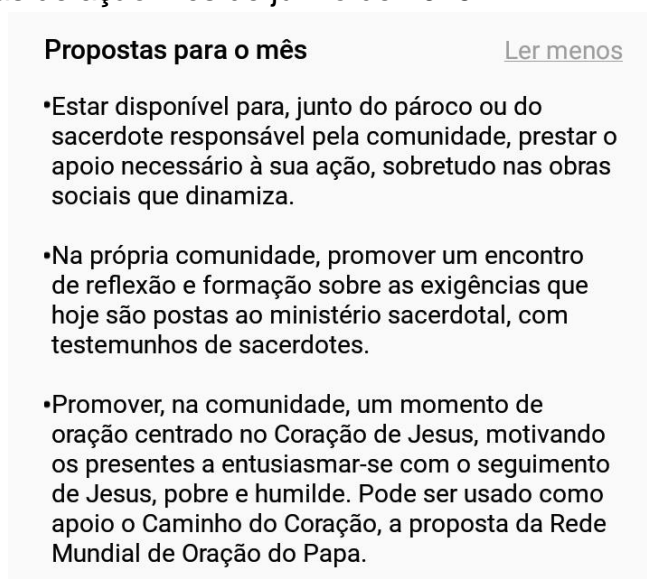
Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 36 - Oração mês de junho de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 37 - Propostas de ação mês de junho de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

O mês de julho foi direcionado para os profissionais da área judicial, pedindo para que tenham integridade e não permitam que a injustiça prevaleça (FIGURA 38). Mais de 41 mil pessoas meditaram a intenção.

Quando o Papa propõe uma intenção mensal, ele expõe grandes questões e temas que sensibilizam a sociedade e, especificamente, a missão apostólica da instituição católica e que são caros ao seu papado. O aplicativo Click To Pray torna-se assim um meio que possibilita à Igreja se conectar àquilo que é mais factual e não apenas religioso.

Figura 38 - Intenção mês de julho de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Na oração do mês de julho (FIGURA 39) há uma comparação com o que aconteceu com Jesus Cristo, condenado injustamente à morte de cruz, conforme as escrituras sagradas¹⁵ e o clamor para que a verdade predomine no mundo.

¹⁵ Ver João, capítulos 18 e 19.

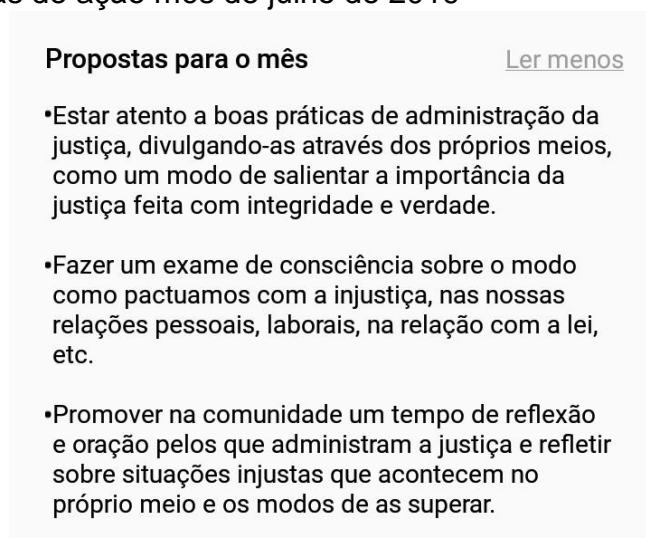
Figura 39 - Oração mês de julho de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

As ações (FIGURA 40) são dedicadas às boas práticas da justiça, novamente sugerindo os “próprios meios” (interpretados principalmente como redes sociais) como forma de divulgação para conscientizar sobre a importância do tema.

Figura 40 - Propostas de ação mês de julho de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Ao explorar e usar o aplicativo Click To Pray também fica perceptível o empenho e a disposição da Igreja em se adaptar à “nova ecologia comunicacional” explicada por Gomes (2017). A práxis sagrada migra para este novo ambiente, o digital, e assim, a religião católica vai reforçando suas operações simbólicas na sociedade em midiatização.

A intenção do Papa Francisco para agosto de 2019 (FIGURA 41) foi pelas famílias, por ele consideradas como laboratórios de humanização. Até a data final da análise, 38.892 pessoas interagiram através do botão Click To Pray. A oração sugerida para o mês (FIGURA 42) pede para que as famílias alcancem a graça de serem sinal do Reino de Deus no mundo. Além disso, intercede pelas famílias necessitadas.

Figura 41 - Intenção mês de agosto de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

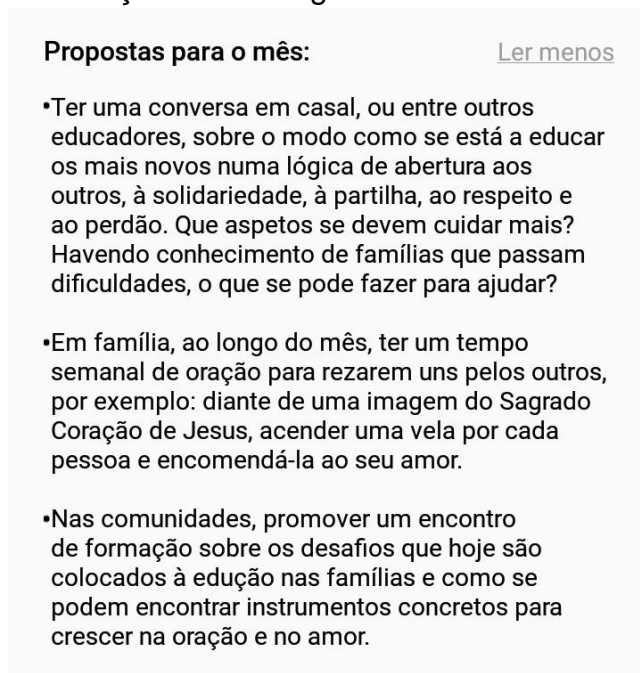
Figura 42 - Oração mês de agosto de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Na figura 43, estão as ações para agosto. Elas sugerem uma reflexão sobre a educação das crianças.

Figura 43 - Propostas de ação mês de agosto de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Em nenhum momento o Papa faz referência à forma de constituição das famílias (hetero ou homossexuais). Apenas clama por todas as famílias, destacando as que passam dificuldades. Assim como nos demais meses, percebe-se que as temáticas sugeridas pelo Pontífice são atuais, mas não são polemizadas e o discurso utilizado guarda a doutrina e os valores cristãos sem desvalorizar qualquer outra crença.

O mês de setembro foi escolhido para refletir sobre a necessidade de proteção dos mares e oceanos (FIGURA 44). Até dia 15 de setembro, 20.677 pessoas rezaram.

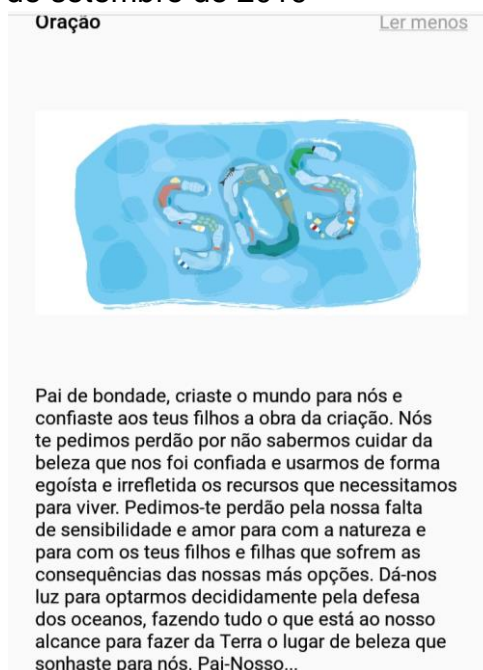
Figura 44 - Intenção mês de setembro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

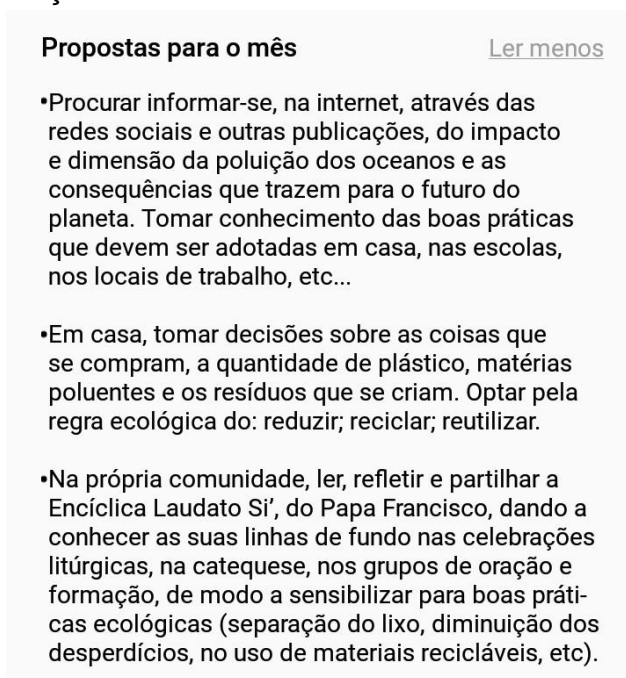
A oração de setembro é um pedido de perdão a Deus pelo descuido humano com o planeta e o mau uso dos recursos naturais (FIGURA 45). Também se pede a luz divina para que sejam feitas as escolhas corretas, principalmente as que envolvem os mares e oceanos. As propostas de ação novamente usam do ambiente online como um meio de incentivar a sociedade a adotar atitudes ecológicas, como reciclar e reutilizar (FIGURA 46).

Figura 45 - Oração mês de setembro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Figura 46 - Propostas de ação mês de setembro de 2019



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em setembro/2019

Ao chegar ao final da apresentação dos dados da seção “Reza com o Papa” referentes ao período de 01 de janeiro a 15 de setembro de 2019, percebe-se que

as temáticas das intenções mensais do Papa Francisco estão relacionadas com os desafios da humanidade e dizem respeito a todas tradições religiosas.

Na tabela abaixo, apresentamos uma síntese das intenções mensais e a quantidade total de interagentes, ou seja, quantas pessoas meditaram sobre a oração proposta pelo Papa e registraram sua ação através do botão Click To Pray. Assim, é notório que determinados temas comovem e mobilizam mais que outros, como é o caso do mês de janeiro, com o maior número de interagentes.

Tabela 1 - Síntese intenção mensal x número de interagentes

Mês/2019	Intenção de oração	Total de interagentes
Janeiro	Pela Evangelização: os jovens na escola de Maria	131.306
Fevereiro	Universal: Tráfico de pessoas	57.268
Março	Reconhecimento dos direitos das comunidades cristãs	96.047
Abril	Médicos e seus colaboradores em zonas de guerra	28.056
Maiο	A igreja em África, fermento de unidade	47.173
Junho	Pela evangelização: Estilo de vida dos sacerdotes	43.127
Julho	Universal: Integridade da justiça	41.490
Agosto	Pela evangelização: Famílias, laboratórios de humanização	38.892
Setembro	Universal: A proteção dos oceanos	20.677

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base no aplicativo Click To Pray

Muitos podem ser os motivos pelos quais uma temática reúne mais adeptos do que outra, porém não é este o objetivo do estudo. Assim, de certa forma, o aplicativo sintetiza o olhar missionário da Igreja e o que ela espera do seu fiel. Condensa de forma lúcida e criativa o que o Papa considera uma necessidade de reza, intervenção e debate. E o indivíduo, a partir do uso do celular, acessando o

app frequentemente, consegue se vincular à simbólica religiosa, se sintonizar a problemas pouco noticiados e perceber em qual direção está o olhar da Igreja.

5.2 Análise do perfil do Papa Francisco na seção “Reza em rede” do aplicativo Click To Pray

A seção “Reza em rede” é o espaço onde os usuários do aplicativo compartilham as suas orações através de seus perfis (FIGURA 47). O Papa Francisco também possui um perfil nesta seção (FIGURA 48) e publica outras intenções de oração, com temas até então impensados, além de preces que recordem a intenção mensal já proposta. As publicações do Papa são frequentes, porém não seguem uma periodicidade padrão.

Figura 47 - Perfil do usuário na seção Reza em Rede



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

Figura 48 - Perfil Papa Francisco na seção Reza em Rede



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em maio/2019

A análise do perfil do Papa compreendeu o período de 1 de janeiro de 2019 a 9 de outubro de 2019. O Sumo Pontífice publicou 44 vezes neste intervalo de tempo sobre temáticas diversas como tragédias mundiais e suas viagens apostólicas.

Para melhor visualização e interpretação, organizou-se todas as publicações do Papa em uma tabela que condensa os seguintes dados: data da publicação; título da intenção de oração¹⁶, número total de interagentes, ou seja, os usuários que leram/meditaram a oração e registraram sua interação através do botão Click To Pray; e número total de comentários¹⁷.

¹⁶Em todas as publicações o Pontífice escreve um breve texto sobre o tema proposto contextualizando os fatos e justificando a intenção. Porém, o título é o suficiente para interpretar a temática envolvida na prece.

¹⁷ Presume-se que o aplicativo mostre os últimos dez comentários da publicação, pois há publicações que contêm menos que esta quantidade, entretanto não há publicações que tenham mais que dez comentários. Não foi encontrado nos protocolos de uso do app uma explicação condizente, por isso julga-se ser essa a explicação para a maior parte das publicações conterem no máximo dez comentários.

Tabela 2 - Publicações do Papa Francisco em seu perfil na seção Reza em Rede

Dia/2019	Intenção	Total interagentes	Nº de comentários
20/jan	Rosário pela paz	1.810	10
28/jan	Filipinas	733	10
04/fev	Emirados Árabes Unidos	345	10
05/fev	Yemen	383	10
07/fev	Tráfico de pessoas	447	10
18/fev	Encontro sobre a proteção de menores na Igreja	262	9
21/fev	Proteção de menores na Igreja	230	0
22/fev	Cátedra de São Pedro	272	10
22/fev	Proteção de menores na Igreja	310	8
23/fev	Proteção de menores na Igreja	422	10
06/mar	Reconhecimento dos direitos das comunidades cristãs	346	10
10/mar	Exercícios Espirituais	405	10
18/mar	#ChristChurch	368	10
26/mar	Nigéria e Mali	289	9
30/mar	Marrocos	282	10
04/abr	Intenção de Oração – Abril 2019	320	10
15/abr	Rosário pela paz	299	8
22/abr	Sri Lanka	394	10
29/abr	Líbia	333	0
29/abr	África do Sul	408	10

 Continua

Continuação

Dia/2019	Intenção	Total interagentes	Nº de comentários
02/mai	Intenção de Oração – Maio 2019	530	7
04/mai	Bulgária e Macedônia do Norte	709	10
12/mai	Vocações	800	10
21/mai	Protejamos sempre a vida	3.560	10
24/mai	Rezemos pelos católicos da China	4.302	10
30/mai	Romênia	5.147	10
08/jun	#UmMinutoPerlaPace	3.065	10
09/jun	Pentecoste	4.136	10
11/jun	Reza pelo Sudão	6.712	10
27/jun	Olhar o Coração de Jesus	3.686	10
28/jun	175º aniversário.	5.967	10
08/jul	Rezemos pelos migrantes da Líbia	4.028	10
10/jul	Pelos enfermos	6.505	10
15/jul	Rezar pela Venezuela	7.830	10
05/ago	Pelas vítimas dos episódios de violência nos Estados Unidos	4.870	10
16/ago	Pela Paz no Médio Oriente	3.871	10
25/ago	Amazônia	2.668	10
01/set	#TempoDaCriação	2.901	3
02/set	Rezar por Moçambique	3.037	6
04/set	Furacões nas Bahamas	5.099	10

Continua

Conclusão

Dia/2019	Intenção	Total interagentes	Nº de comentários
21/set	Por quem sofre com o Alzheimer	2.016	8
21/set	Por quem sofre de patologias tumorais	3.303	10
30/set	Rezar pelos Camarões	2.369	10
07/out	Sínodo dos Bispos para a Região Pan-Amazônica	986	10

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base no aplicativo Click To Pray

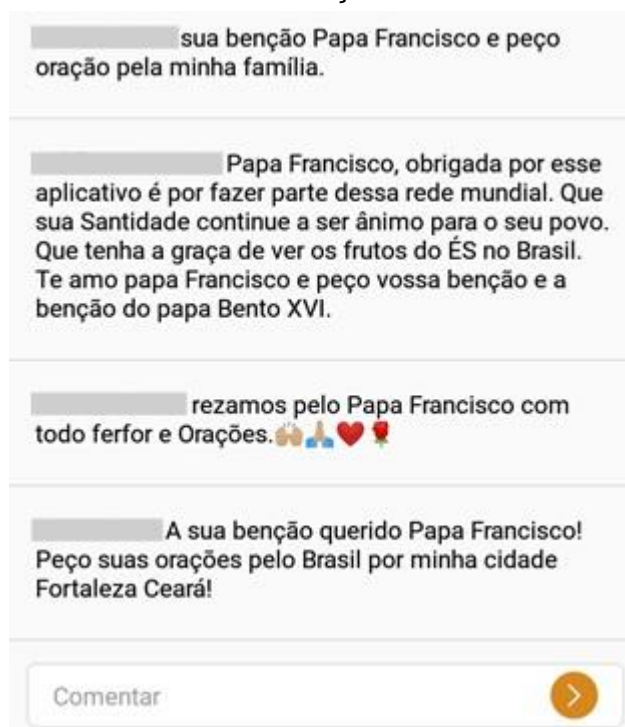
O perfil do Papa amplifica o interesse do Pontífice por problemas que já estão em pauta, como por exemplo as tragédias no Sri Lanka e nos Estados Unidos, e também por questões sociais pouco noticiadas, como os migrantes na Líbia. Ou seja, nesta seção, suas publicações vão além de suas intenções mensais. Apesar de reiterar algumas vezes as temáticas já propostas, o Papa procura estar sempre em unidade com o que está acontecendo mundialmente, estando ou não na agenda jornalística. Dessa forma, as publicações em seu perfil podem ser consideradas manchetes mundiais. Dessa maneira, pode-se afirmar que o aplicativo se torna uma espécie de fonte de informação para o usuário se atualizar sobre problemas factuais e também sobre situações mundiais pouco divulgadas.

Intuitivamente, através de suas publicações, o Pontífice procura mostrar o caminho no qual o indivíduo cristão deve depositar seu olhar e sua oração. Ele inicia os processos interacionais, porém depois se projeta em uma situação inatingível, de silenciamento, não respondendo comentários ou interagindo na publicação de outras pessoas. Por isso, consideramos o Papa Francisco, no aplicativo, o ator principal do agendamento dos temas discutidos, aquele que inicia as interações que acontecem principalmente via os próprios interlocutores que provocam dinamismo ao processo interacional.

Apesar do Papa não responder aos comentários e de não interagir, através do botão Click To Pray, com as postagens de outros usuários, os fiéis acreditam estar falando diretamente com ele (FIGURA 49). Usam do espaço disponibilizado pelo app

para “conversarem” com o representante máximo da Igreja Católica e aproveitam para fazer pedidos pessoais de oração.

Figura 49 - Comentários de usuários na seção Reza em Rede



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019¹⁸

Nesse sentido, os interagentes tornam o app muito mais diverso, desviando ligeiramente do objetivo principal do aplicativo, ocasionando uma heresia comunicacional (SBARDELOTTO, 2017). Tal situação se repete em todas as publicações do Pontífice. Escolhemos um exemplo em que o Papa pede que os usuários se unam em oração pelas vítimas do ataque terrorista ocorrido na catedral de Jolo, nas Filipinas, em 27 de janeiro de 2019 (FIGURA 50).

¹⁸ Em todas as publicações que constam comentários de usuários optamos por preservar suas identidades colocando uma tarja cinza em cima do nome.

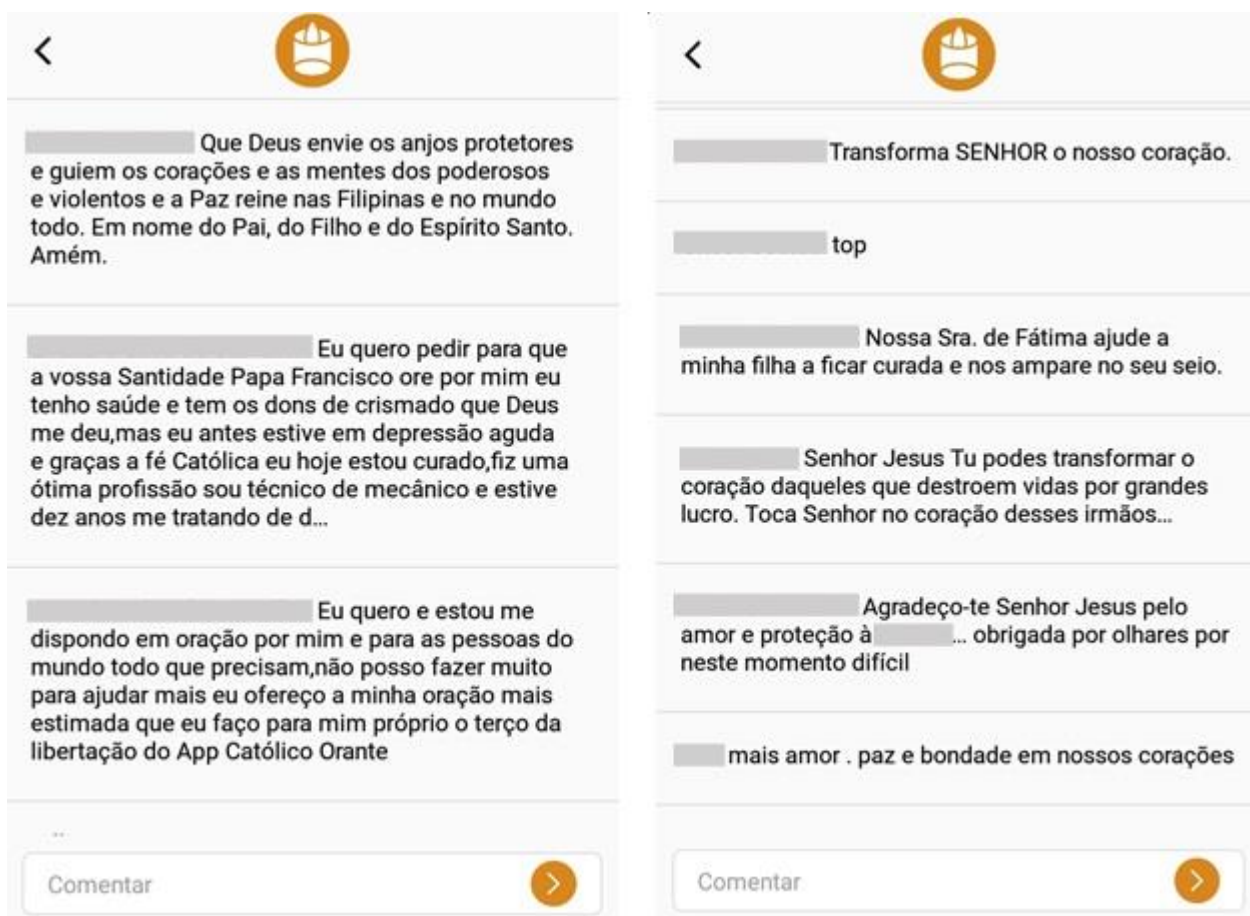
Figura 50 - Intenção de oração do Papa pelo ataque terrorista nas Filipinas



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

Alguns usuários seguem o raciocínio de Francisco e pedem a paz, mas há os que usam do espaço para fazer pedidos pessoais ao Papa, como “ore por mim” (FIGURA 51). Ou seja, os fiéis não são plenamente obedientes ao objetivo do aplicativo. Por isso, afirmamos que existe um processo interacional subversivo, no qual o Papa inicia a interação com determinado assunto e os interagentes desviam o conteúdo com outras questões.

Figura 51 - Comentários de usuários na publicação do Papa sobre o ataque terrorista nas Filipinas



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

Isso indica que as intenções não são seguidas à risca pelos usuários do aplicativo que, à sua maneira, ressignificam o conteúdo postado, fazendo refletir os seus anseios, perspectivas e olhares sobre temas amplos que os afetam.

Neste exemplo da postagem pedindo orações pelo ataque terrorista nas Filipinas, vimos que o Papa não interage e também não contextualiza sobre o acontecimento dizendo quando ou como o mesmo aconteceu e quantas vítimas estavam envolvidas. Ou seja, ele pressupõe que o usuário está sintonizado com tais questões. Se o fiel quiser saber mais a respeito do fato deverá pesquisar em outros canais de comunicação. Nas demais publicações também não há essa contextualização por parte do Pontífice nem do aplicativo, como pode ser visto na Figura 52 com o exemplo da publicação sobre o ataque aéreo no centro de detenção de migrantes na Líbia.

Figura 52 - Intenção de oração do Papa pelo ataque aéreo na Líbia



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

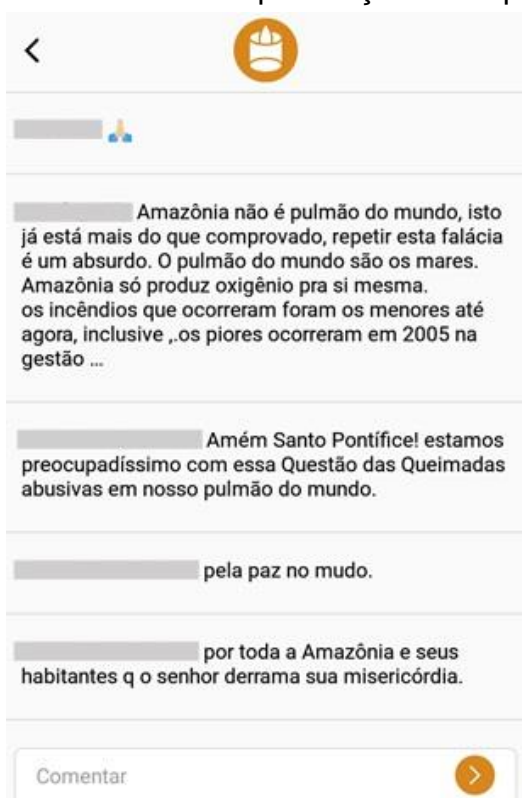
Já o teor dos comentários inclina-se sempre para pedidos de oração (saúde, emprego, paz mundial), para agradecimentos e ação de graças, e em alguns segue à intenção proposta pelo Papa. No período avaliado, não há comentários desrespeitosos. Encontrou-se apenas um comentário em que o usuário discorda do Sumo Pontífice e o mesmo ocorreu na publicação do Papa sobre as queimadas na Amazônia (FIGURA 53). O segundo comentário da Figura 54 manifesta a contestação do usuário em relação as palavras de Francisco.

Figura 53 - Intenção de oração do Papa pela Amazônia



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

Figura 54 - Comentários dos usuários na publicação do Papa sobre a Amazônia



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

Esse exemplo em que um usuário manifesta publicamente sua opinião contrária à do Papa é um dos tantos que tornam compreensível a tomada de poder (SBARDELOTTO, 2017) que o ambiente digital proporciona aos interagentes, caracterizando outra tendência apontada por Sbardelotto (2017) e já vista na teoria desta pesquisa, a laicização. O fenômeno da midiatização digital do catolicismo concede aos usuários, fiéis ou não, acesso e poder nos mecanismos eclesiais até então impensados.

Nesta seção, Reza em Rede, também é perceptível a dependência do aplicativo a lógica da mídia (HJARVARD, 2014). Na análise anterior (seção 5.1) observou-se que o uso de vídeos, ilustrações, linguagem acessível e botão de interação justificam o pensamento. Aqui, o Papa, ao utilizar a Hashtag¹⁹ (FIGURA 55), elucida novamente a utilização de recursos disponibilizados e controlados pela mídia, sinalizando que a cultura oracional, nesta pesquisa especificamente da religião católica, também se torna cada vez mais vinculada à lógica midiática.

Figura 55 - Publicação do Papa usando a Hashtag



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

¹⁹ *Hashtag* compõe-se em uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, popularmente conhecido no Brasil como “jogo da velha”. Utilizada para categorizar conteúdos publicados nas diversas redes sociais, surgiu e tornou-se popular no Twitter.

Outras cinco hashtags foram usadas pelo Papa Francisco em suas publicações no período analisado: #ViagemApostolica; #PrayForSriLanka; #Vocações ; #UnMinutoperlaPace; #TempoDaCriação. Tais hashtags também estabelecem uma comunidade de interesse (SBARDELOTTO, 2017) às quais os usuários podem se integrar. Os vínculos estabelecidos com o uso das hashtags incrementam a construção de sentido sobre o catolicismo, manifestando outra tendência já conhecida no referencial, a relativização.

Conforme Sbardelotto (2017), a religião no ambiente digital passa por um processo de ressignificação de seus símbolos, tradições e sentidos. Assim, o autor elenca quatro tendências em torno da reconstrução do catolicismo nesta nova ambiência já citadas no referencial teórico deste estudo. Percebemos que nesta seção do aplicativo Click To Pray a amenização – reafirmar uma identidade religiosa (SBARDELOTTO, 2017), acontece seguidamente através de comentários dos usuários usando a expressão litúrgica “Amém” ou “Rogai por nós” e citando o Sinal da Cruz (FIGURA 56).

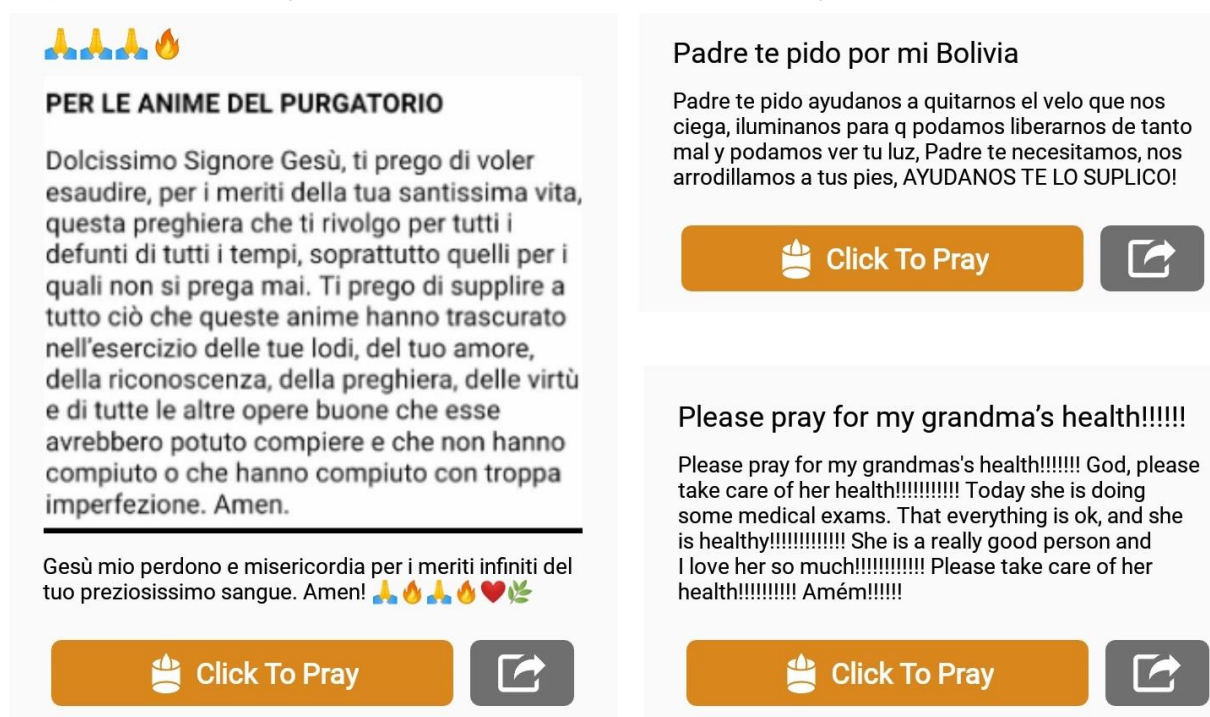
Figura 56 - Uso da amenização com a expressão Amém



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

Nesta parte da análise também percebemos a presença das outras duas características da midiatização digital assinaladas por Sbardelotto (2017): conectivização e autonomização. A rede de comunicação que se estabelece no aplicativo entre a Igreja, representada pelo Papa Francisco, e os indivíduos – fiéis ou não – considerados atores sociais, exemplifica a conectivização. E a autonomização dos indivíduos é percebida na participação do conteúdo eclesialístico, pois os usuários podem publicar o que julgarem apropriado nos comentários de outras publicações ou em seus próprios perfis, conforme Figura 57.

Figura 57 - Publicação de usuários em seus perfis na seção Reza em Rede



Fonte: Imagem capturada do aplicativo Click To Pray pela autora (BAGNARA, 2019) em outubro/2019

O aplicativo Click To Pray, especificamente esta seção que analisamos, indica que a força dos novos processos interacionais usa da mídia para fazer coisas que até então eram impossíveis e impensadas (BRAGA, 2009), como rezar online, e mais que isso, rezar e “falar” com o Papa. Ao consumir o conteúdo disponibilizado pelo app e conseguir comentar uma publicação do Sumo Pontífice, o usuário se sente participante da comunidade, e como afirmado por Gomes (2017), não se sente isolado, pois possui uma identidade que o torna igual, neste caso, fiel cristão.

5.3 Análise do questionário

Nesta terceira e última etapa da análise são apresentadas as respostas ao questionário²⁰ padronizado e enviado online (plataforma Formulários Google) a 23 participantes da pesquisa. Destes, apenas 11 responderam.

Os dados obtidos foram organizados e categorizados em tabelas conforme cada pergunta e respondente. A Tabela 3 apresenta os dados concretos, como idade, sexo e escolaridade das onze pessoas que responderam as questões. Todos são indivíduos católicos, característica já pré-definida no momento da escolha da amostragem. A idade varia entre 19 e 32 anos, quatro dos respondentes são mulheres e sete são homens. A escolaridade varia entre superior incompleto, completo, com especialização e mestrado.

Tabela 3 - Características gerais dos participantes do questionário

Respondente	Idade	Sexo	Escolaridade
Respondente 1	28	Masculino	Superior completo
Respondente 2	19	Feminino	Superior incompleto
Respondente 3	30	Feminino	Superior incompleto
Respondente 4	32	Feminino	Superior completo
Respondente 5	32	Masculino	Superior com Especialização
Respondente 6	32	Masculino	Superior com Especialização
Respondente 7	29	Masculino	Superior com Especialização
Respondente 8	32	Masculino	Superior completo
Respondente 9	22	Masculino	Superior completo
Respondente 10	22	Masculino	Superior completo
Respondente 11	28	Feminino	Mestrado

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário²¹

²⁰ As perguntas aplicadas via questionário estão no Apêndice desta pesquisa.

O questionário foi aplicado a fim de descobrir a opinião das pessoas após utilizarem o aplicativo de forma periódica. Apenas o respondente 7 conhecia o app antes da proposta do estudo. Ou seja, a maioria dos participantes tiveram que incluir em sua rotina o acesso e uso do Click To Pray.

Ao perguntarmos sobre a frequência de uso do app, as respostas são diversificadas, como pode ser visto na Tabela 4. Mesmo assim, percebe-se o uso contínuo do aplicativo, o que nos fornece uma boa base para entendermos como é a receptividade junto aos usuários.

Tabela 4 - Respostas referentes à frequência de uso do aplicativo

Respondente	Questão: Com que frequência você acessou o app?
Respondente 1	Todos os dias
Respondente 2	Semanalmente
Respondente 3	Dependia muito do meu dia.
Respondente 4	No início todo o dia, depois da primeira semana cerca de 2 ou 3 vezes por semana.
Respondente 5	Semanalmente
Respondente 6	Semanalmente
Respondente 7	Uma vez por semana.
Respondente 8	Semanalmente
Respondente 9	Diária
Respondente 10	Baixa
Respondente 11	Toda a semana

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

De modo geral, os participantes afirmam que o aplicativo é acessível e fácil de ser utilizado (TABELA 5). Não enfrentaram nenhum tipo de dificuldade quanto ao acesso ou navegação pelo app, evidenciando que a Igreja Católica, além de

²¹ Os dados das tabelas referentes às respostas dos participantes do questionário estão conforme respostas originais, sem correção ortográfica e/ou gramatical.

preocupar-se em estar presente na nova ambiência comunicacional, procura enquadrar-se aos novos formatos, protocolos e à linguagem da mídia.

Tabela 5 - Respostas a respeito da usabilidade do aplicativo

Respondente	Questão: Em termos de usabilidade, o aplicativo é fácil de ser utilizado ou você enfrentou algum tipo de dificuldade?
Respondente 1	Fácil de ser utilizado
Respondente 2	Fácil
Respondente 3	Fácil
Respondente 4	Achei o aplicativo bastante acessível.
Respondente 5	Fácil
Respondente 6	Sem dificuldade
Respondente 7	É fácil.
Respondente 8	Fácil de utilizar
Respondente 9	Fácil
Respondente 10	Fácil
Respondente 11	O aplicativo é fácil de ser utilizado. Não enfrentei dificuldades. O tutorial inicial que explica como o app funciona é bem claro e útil.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

O conteúdo das postagens no aplicativo foi considerado positivo pelos participantes. O respondente 1, por exemplo, acredita que os assuntos disponibilizados no app “nos aproxima da fé durante o dia e nos ajuda a termos esse contato com Deus”. O respondente 4 considera interessante especialmente a proposta mensal de oração, pois ajuda no “exercício da empatia” e a rezar não apenas para pedidos pessoais, suscitando “um sentimento de fazer parte dessa realidade, ao menos de forma espiritual, gerando um sentimento de unidade”.

Tabela 6 - Opiniões dos respondentes sobre o conteúdo do aplicativo

Respondente	Questão: Em termos gerais, qual sua opinião sobre o conteúdo das postagens realizadas no app?
Respondente 1	nos aproxima da fé durante o dia e nos ajuda a termos esse contato com Deus
Respondente 2	Interessantes
Respondente 3	São conteúdos bons
Respondente 4	Achei o conteúdo interessante. Em especial o conteúdo referente a proposta de oração mensal que informa as pessoas sobre realidades e desafios vividos pelas pessoas em várias partes do mundo o que pode ajudar bastante no exercício da empatia e a capacidade de tentar se colocar no lugar do outro e ver o mundo de outra perspectiva ajudando a ampliar a oração para além das nossas próprias necessidades e ao mesmo tempo provocando um sentimento de fazer parte dessa realidade, ao menos de forma espiritual, gerando um sentimento de unidade.
Respondente 5	Muito bons
Respondente 6	Os conteúdos são bem pertinentes
Respondente 7	Considero os conteúdos muito atuais e pertinentes e de abordagem completa.
Respondente 8	São Bons
Respondente 9	São Bons
Respondente 10	Muito bom
Respondente 11	Achei o conteúdo das postagens pertinente à realidade atual e motivador à reflexão.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Questionados sobre a proposta do app, todos os participantes a consideram válida. O respondente 3 afirma que com o aplicativo é possível “criar uma rotina de oração”. Os respondentes 4 e 9 alegam que é apropriado usar a tecnologia para criar vínculos através da partilha da oração, inclusive com o Santo Padre. Já os respondentes 7 e 8 citam o aplicativo como um meio de ficar próximo às intenções do Papa e da Igreja.

A proposta de viver em uma comunidade online foi mencionada pelo respondente 10 como o que mais chamou sua atenção sobre o aplicativo. Ou seja, é um novo modo de ser cristão que possibilita o estabelecimento de conexões com a

comunidade eclesial real e virtual. O respondente 11 também destaca o papel do aplicativo na vida de um cristão, “pois busca nos ajudar a parar para refletir e falar com Deus na correria da nossa vida ‘conectada’”.

Tabela 7 - Opiniões dos respondentes sobre a proposta do aplicativo

Respondente	Questão: Você considera a proposta do aplicativo válida? O que mais te chamou a atenção?
Respondente 1	Sim, as orações para cada período do dia
Respondente 2	Claro
Respondente 3	Acho válida sim. Você consegue criar uma rotina de oração.
Respondente 4	Acredito que sim. Usar a tecnologia para produzir unidade de oração, de intenções e proporcionar as pessoas sentirem-se mais próximas do Papa e sentirem-se capazes de participar, de forma ativa, de suas intenções e preocupações parece sempre ser uma proposta válida.
Respondente 5	Sim a ideia é excelente, por fazer o mundo todo rezar em comunhão
Respondente 6	A unidade com outros cristãos
Respondente 7	Considero válida. O que mais chamou minha atenção foi a possibilidade de conhecer e acessar facilmente as intenções do Papa e, assim, poder rezar por elas.
Respondente 8	Sim. Poder acompanhar a rotina do Papa e estar em sintonia com a Igreja
Respondente 9	Iniciativa muito boa e válida. Chama a atenção o tentativa da realização de orações e reflexos em um mundo cada vez mais dinâmico e rápido, usando para isso, de maneira formidável a tecnologia.
Respondente 10	A proposta de viver em comunidade online
Respondente 11	Considero a proposta do app bem válida. Muitas características chamaram a minha atenção e me fazem avaliar a proposta deste app como positiva. Uma delas foi a possibilidade de conhecer as intenções de oração do Santo Padre e, também a possibilidade de ver pessoas do mundo inteiro unidas pelas mesmas intenções. Outro fator que chamou a minha atenção foi o vídeo postado na seção “reze com o papa” que nos traz o Santo Padre explicando a urgência de rezarmos pela prece mensal proposta, assim motivando-nos a fazê-lo. Ainda, seção “campanhas” também chamou a minha atenção, pois provoca a oração perseverante e constante. Por fim, a proposta do app é bem interessante, pois busca nos ajudar a parar para refletir e falar com Deus na correria da nossa vida “conectada”.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Quanto ao perfil do Papa Francisco na seção “Reza em Rede”, apenas o respondente 10 não o acessava. No que se refere às interações com as publicações do Papa – comentário ou Click To Pray, ao total seis respondentes afirmaram que interagiram de alguma forma, conforme Tabela 8. Se realizaram algum tipo de publicação nesta mesma seção, apenas o respondente número 9 publicou uma intenção/prece.

Tabela 8 - Respostas referentes às interações realizadas no perfil do Papa

Respondente	Questão: Se sim, você chegou a interagir (através o botão Click To Pray ou através de comentário) em alguma das publicações do Papa?
Respondente 1	Sim
Respondente 2	Não
Respondente 3	Sim
Respondente 4	Sim
Respondente 5	Não
Respondente 6	Não
Respondente 7	Não
Respondente 8	Sim
Respondente 9	Sim
Respondente 10	
Respondente 11	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Ao perguntarmos se costumavam ler as publicações de outros usuários, além das do Papa, sete afirmaram que leram e quatro responderam que não. Dentre os que disseram que leram as intenções dos demais usuários, apenas o respondente 11 citou sobre qual intenção específica ele refletiu, conforme tabela abaixo.

Tabela 9 - Respostas sobre a reflexão de alguma intenção específica

Respondente	Questão: Se sim, chegou a refletir sobre alguma intenção específica?
Respondente 1	Não
Respondente 2	
Respondente 3	Com certeza.
Respondente 4	
Respondente 5	Não
Respondente 6	
Respondente 7	Sim.
Respondente 8	Específica não
Respondente 9	
Respondente 10	Não
Respondente 11	Refleti sobre as intenções feitas aos jovens

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

A respeito do conteúdo das preces publicadas no app Click To Pray, os respondentes, de maneira geral, classificaram como atual, reflexivo e que envolve realidades mundiais próximas e distantes.

Tabela 10. Opiniões dos respondentes sobre o conteúdo das preces

Respondente	Questão: O conteúdo das preces lhe chamou a atenção? Por quê?
Respondente 1	Sim, pois além de ajudar a rezar, o aplicativo nos permite muitas vezes ver como somos agraciados e não sabemos
Respondente 2	Sim
Respondente 3	Eram bem atuais.
Respondente 4	Porque oferece a oportunidade de lembrar sempre que a todo o momento existem pessoas lutando no mundo para serem fortes e se manterem fiéis o que pode fazer com que as pessoas se sintam menos sozinhas em suas lutas diárias.
Respondente 5	Sim.
Respondente 6	Porque abrange a realidade do mundo
Respondente 7	Sim, chamou. Porque pude notar a gravidade e variedade dos problemas enfrentados por tantas pessoas ao redor do mundo.

Continua

Conclusão

Respondente	Questão: O conteúdo das preces lhe chamou a atenção? Por quê?
Respondente 8	Sim. Demonstrava bastante fé.
Respondente 9	Sim, pela profunda reflexão.
Respondente 10	
Respondente 11	Todas as intenções que interagi foram intenções que chamaram a minha atenção e por algum motivo me fizeram parar fazer minha prece. As intenções do Papa, principalmente, me sensibilizaram muito pelo caráter atual que elas tem. As preces que acompanhei eram preces sobre o que estamos vivendo enquanto sociedade.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Os respondentes 6 e 9 são os únicos que não concordam que a prática da oração feita através do app tem a mesma validade que a feita em uma Igreja, por exemplo (TABELA 11). Para o respondente 6, o indivíduo que tem condições de frequentar o templo físico deve fazê-lo, caso contrário, é considerado um “católico acomodado”. Já para o respondente 9, estar, de forma física, “no sacrário traz uma espiritualidade e paz incomparáveis”.

O respondente 1 não discorda da validade da oração realizada com a ajuda do aplicativo, mas argumenta que no “templo físico estamos próximos de Jesus eucarístico”. Assim como o respondente 5 que recorda que com o aplicativo “faltam aspectos litúrgicos do templo, mas mesmo assim é uma boa experiência”. O respondente 10 também alega que estar em um templo físico é diferente, pois “você se concentra mais”, porém não contesta a validade da prece feita com o aplicativo.

O respondente 11 entende que ambas as formas de rezar tem validade, porém acredita “que o aplicativo não substitui a ida a igreja e a celebração do mistério Pascal semanal em comunidade”. Para ele, o Click To Pray motiva “a oração diária, ou seja, ele nos ajuda a parar alguns minutinhos diários para falar com Deus”. Isto é, apesar da experiência religiosa migrar para os ambientes digitais, não significa que o encontro físico em um determinado espaço, como a Igreja, perde seu valor. Como diz Sousa (2018), “há, na verdade, uma relação de contiguidade em que a vivência do físico se reelabora” (p. 229).

Tabela 11 - Opiniões dos respondentes sobre a validade das orações feitas no aplicativo

Respondente	Questão: Você acredita que a prática da oração realizada por meio do aplicativo tem a mesma validade da oração feita no templo físico (Igreja)? Por quê?
Respondente 1	Sim, porém no templo físico estamos próximos de Jesus eucarístico
Respondente 2	Sim
Respondente 3	Sim. Pois Deus está em todo lugar e quando rezamos acredito que mais do que nunca ele está conosco nos escutando e apoiando.
Respondente 4	Sim. Acredito que qualquer forma de oração é válida, independente do lugar ou da forma como é feita. A única coisa que acredito que importa de fato é a intenção da pessoa quando faz a oração.
Respondente 5	Sim. Pois é um modo de ligar-se a Deus. Faltam aspectos litúrgicos do templo, mas mesmo assim é uma boa experiência.
Respondente 6	Não. Por que se eu posso e tenho condições de ir à igreja devo fazê-lo, ao contrário sou um católico acomodado.
Respondente 7	Se a oração for piedosa acredito que, diante de Deus, tem a mesma validade. Porém, acredito que isto seja altamente influenciado pelos hábitos individuais de oração.
Respondente 8	Sim. Porque de certa forma também é uma forma de oração feita em comunidade.
Respondente 9	Não. Estar no sacrário traz uma espiritualidade e paz incomparáveis.
Respondente 10	Acho que em um templo físico você se concentra mais, mas é uma proposta válida o app
Respondente 11	Eu penso que depende de quem está rezando e de como a pessoa o faz. Acredito não haver diferença na “validade” da prece se a pessoa que clica “to pray” o faz com a mesma devoção, piedade, entrega e concentração que faria se estivesse na Igreja. Entretanto, penso que o aplicativo não substitui a ida a igreja e a celebração do mistério Pascal semanal em comunidade. Ademais, penso que este app é motivador da oração diária, ou seja, ele nos ajuda a parar alguns minutinhos diários para falar com Deus.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Em relação à possível mudança provocada pelo acesso frequente ao app na proximidade do usuário com as preocupações da Igreja, alguns respondentes alegaram que perceberam um avanço, outros não (TABELA 12). Alguns apontaram que com o aplicativo se sentiram mais próximos às questões da Igreja e atentaram para temas até então despercebidos. Outros justificaram que ainda antes do uso do app já estavam conectados com as temáticas da Igreja.

O respondente 4 considera o aplicativo bom porque o ajudou a recordar que a Igreja também se interessa pelas questões sociais e não apenas com as demandas religiosas. Além disso, para ele, ela convoca a se “preocupar também com essa realidade e participar da forma que podemos, seja por oração ou ação a buscar a transformação do mundo”.

O respondente 11 afirma que o aplicativo o ajudou a se manter atualizado sobre as atuais intenções da comunidade cristã, e além disso, “produziu um sentimento ainda mais forte de ‘fazer parte’ e de estar agindo pelas causas que geram preocupações a Igreja Católica”.

Tabela 12 - Opiniões dos respondentes sobre possível mudança na proximidade com questões da Igreja Católica

Respondente	Questão: Ao acessar o aplicativo, você percebeu alguma mudança na sua proximidade com as preocupações da Igreja Católica? Por quê?
Respondente 1	Sim, pois refletimos assuntos que por si só não costumamos refletir
Respondente 2	Sim
Respondente 3	Vivemos em mundo onde nós somos a preferência, ver a preocupação da minha igreja me pôs pensar em pessoas e situações que não fazem parte do meu dia-a-dia. Acredito que foi bom pra lembrar que a Igreja se preocupa com as realidades que vão além das questões de fé e se preocupa constantemente com a realidade social em que as pessoas se encontram e nos chama sempre a nos preocupar também com essa realidade e participar da forma que podemos, seja por oração ou ação a buscar a transformação do mundo.
Respondente 4	
Respondente 5	Não
Respondente 6	Sim. Me senti mais próximo da realidade de nossa igreja.
Respondente 7	Sim. Me senti mais próximo às preocupações da Igreja e às intenções do Papa e passei a rezar mais por elas.
Respondente 8	Sim. Porque as preocupações da Igreja se mostram num âmbito maior, que não conhecia.
Respondente 9	Não. Já buscava estar próximo às preocupações da Igreja antes do uso do aplicativo.
Respondente 10	Não

Continua

Conclusão

Respondente	Questão: Ao acessar o aplicativo, você percebeu alguma mudança na sua proximidade com as preocupações da Igreja Católica? Por quê?
Respondente 11	Sempre fui próxima às questões que Igreja se preocupa, mas este aplicativo me ajudou a me manter atualizada quanto as intenções atuais que a igreja reza sobre e, particularmente, produziu um sentimento ainda mais forte de “fazer parte” e de estar agindo pelas causas que geram preocupações a Igreja Católica.

Fonte: Elaborado pela autora (BAGNARA, 2019) com base nas respostas do questionário

Como já prevíamos, visto que a amostra é composta por um público católico praticante, e tendo como base as respostas dos participantes, podemos afirmar que o aplicativo Click To Pray foi aprovado pelos usuários. Em geral, consideram a proposta oportuna, apropriada e interessante. Ainda que para alguns o aplicativo não substitui a oração feita no templo físico, acreditam que o conteúdo é proveitoso e adequado a realidade da sociedade em midiatização.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atendendo a abordagem qualitativa, esta pesquisa utilizou o método bibliográfico, a análise documental e dados coletados mediante um questionário para compreender a construção de vínculos interacionais entre a Igreja Católica e seus fiéis através do uso do aplicativo Click To Pray em uma sociedade em franco processo de midiatização.

Para tal, exploramos diversos autores com o propósito de expor o fenômeno da midiatização na sociedade e, especificamente, os seus reflexos mais diretos no campo da religião católica. Descrevemos, de forma detalhada, os protocolos e funções do aplicativo de oração, as postagens realizadas com as intenções mensais do Papa Francisco e apresentamos as publicações do Pontífice em seu perfil na seção Reza em Rede do app bem como as interações dos usuários.

A partir disso, constatamos que a Igreja Católica, por meio do aplicativo, está atenta e presente à ambiência comunicacional em rede, derivada do fenômeno da midiatização, estabelecendo conexões com seu público e construindo narrativas tal qual à lógica digital, procurando preservar sua doutrina, valores e manter as marcas discursivas da religião. Nesse sentido, a Igreja se posiciona de forma proativa nessa ambiência, reconhecendo a relevância da comunicação digital como forma de estreitar vínculos com os fiéis.

Os dados gerados pelo questionário, aplicado de forma anônima a um grupo de 11 pessoas, particularmente católicos com idade entre 19 e 32 anos, permitem

inferirmos que o aplicativo auxilia o usuário em sua prática oracional, porém não substitui a ida a um espaço físico, como a igreja. Também concluímos que o aplicativo é classificado como uma plataforma de fácil acesso, manuseio e navegação, com conteúdo considerado apropriado e atual, principalmente porque contextualiza o fiel a respeito das questões mundiais e preocupações da Igreja Católica.

Percebemos que existe uma apropriação tecnológica por parte dos fiéis para a prática da oração individual e comunitária. Até então, era preciso deslocar-se até um determinado espaço físico, como um templo ou um salão, para realizar o rito da prece em comunidade. Com o aplicativo Click To Pray, o espaço religioso torna-se acessível digitalmente, a qualquer hora e lugar.

Porém, não se elimina o encontro físico e seu valor, como vimos nas propostas de ação publicadas no app, na seção Reza com o Papa. Assim, o aplicativo é uma das adaptações encontradas pela Igreja Católica para dar conta do processo de mediatização da sociedade e do campo religioso. É um novo modo de ser igreja na atualidade, adaptada à nova cultura comunicacional.

Ademais, Click To Pray é um aplicativo de oração, de caráter ecumênico, porém não usado apenas para rezar. Vimos que usuários o utilizam para se informar a respeito de temas sociais que estão na agenda de ações da Igreja. A partir dele, os fiéis também usufruem de poder para se manifestar através de postagens e comentários, gerando, em certos casos, um fenômeno que aqui classificamos como “processo interacional subversivo”. Entendemos por “processo interacional subversivo” o fenômeno a partir do qual os fiéis se apropriam do aplicativo para externar problemas, angústias e anseios não diretamente associados aos temas propostos pela Igreja, mas sintonizados ao seu cotidiano imediato.

Ainda que o aplicativo ofereça um canal de comunicação com o representante máximo da religião católica, o Papa Francisco, o Pontífice se coloca em uma posição de silenciamento, não interagindo diretamente com os fiéis via aplicativo. Nesse sentido, o Papa mobiliza as discussões, mas se coloca como uma espécie de observador onipresente das interações ali estabelecidas, sem intervir diretamente.

Com a análise das seções Reza com o Papa e Reza em Rede registramos a presença das quatro características da midiatização digital: sintetização, ubiquização, conectivização e autonomização. E das quatro tendências da reconstrução da religião no ambiente virtual: a autorreferenciação, a laicização, a amenização e a relativização. Pensamos que seria mais inteligente se em cada publicação do Papa na seção Reza com o Papa estivessem disponíveis mais comentários, e não apenas dez.

Assim, concluímos que o app Click To Pray se enquadra como um dispositivo resultante do fenômeno da midiatização que modifica uma das principais atividades sociais do campo religioso: rezar. Mais que isso, o aplicativo se coloca como uma instância de publicização da narrativa da Igreja acerca dos problemas e dilemas do mundo, deixando claro o papel protagonista, pragmático e solidário que perpassa o papel da religião em tempos de globalização e conectividade.

Ao finalizarmos esta pesquisa, questionamos: para se fazer presente nessa nova ambiência, a Igreja abre mão ou não de dogmas e preceitos que alicerçam a sua tradição? Que efeitos essa reconfiguração causa à sua herança cultural?

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. Panorama dos Estudos de Internet. In: _____. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p.27-52.

_____. Construção de amostras. In: _____. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012. p.53-82.

A REDE Mundial de Oração do Papa. **Rede Mundial de Oração do Papa**. Portugal, 2019. Disponível em: <<https://redemundialdeoracaodopapa.pt/quem-somos/a-rede-mundial-de-oracao-do-papa>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

AQUINO, Felipe. Rosário: como teve origem. **Cléofas**. [Lorena, SP] 5 abr. 2011. Disponível em: < <https://cleofas.com.br/rosario-como-teve-origem/>>. Acesso em: 04 jul. 2019.

BÍBLIA. N.T. Tiago. In: Bíblia. Português. **Bíblia Sagrada**: contendo antigo e novo testamento. Tradução Centro Bíblico de São Paulo. 167. ed. São Paulo: Editora Ave Maria, Edição Claretiana, 2005. p. 1540.

BENTO XVI. **Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade**. Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais. *Vatican.va*, Vaticano, 24 jan. 2009. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html>. Acesso em: 22 out. 2018.

_____. **Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital**. Mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais. *Vatican.va*, Vaticano, 24 jan. 2011. Disponível em:

<https://w2.vatican.va/content/benedictvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day.html>. Acesso em: 22 out. 2018.

_____. **Redes sociais: portais de verdade e de fé; novos espaços de evangelização.** Mensagem para o 47º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vatican.va, Vaticano, 24 jan. 2013. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html>. Acesso em: 22 out. 2018.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. **Animus:** revista interamericana de comunicação midiática. Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Santa Maria: Nedmídia, vol. V, n. 2, p. 9-35, jul/dez 2006. Disponível em: <<https://www.midiaticom.org/jose-luiz-braga-mediatizacao-como-processo-interacional-de-referencia/>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

_____. Mediatização: a complexidade de um novo processo social. Entrevista concedida a Graziela Wolfart. **IHU Online** - Revista do Instituto Humanitas Unisinos. São Leopoldo, ed. 289, 13 abr. 2009. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2477&secao=289>. Acesso em: 24 mai. 2019

CHEMIN, Beatris F. **Manual da Univates para trabalhos acadêmicos:** planejamento, elaboração e apresentação. 3. ed. Lajeado: Univates, 2015. E-book. Disponível em: <<https://www.univates.br/biblioteca/>>. Acesso em: 31 out. 2018.

CLICK To Pray. **Rede Mundial de Oração do Papa.** Portugal, 2019. Disponível em: <<https://redemundialdeoracaodopapa.pt/rezar-com-o-papa/click-to-pray>>. Acesso em: 04 jul. 2019.

FRANCISCO. **Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro.** Mensagem para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vatican.va, Vaticano, 24 jan. 2014. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/pa-pa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 23 out. 2018.

_____. **“Somos membros uns dos outros” (Ef 4, 25):** das comunidades de redes sociais à comunidade humana. Mensagem para o LIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vatican.va, Vaticano, 02 jun. 2019. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/pa-pa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 22 nov. 2019.

FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas. **Galáxia**: revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura / Programa Pós-Graduado em Comunicação e Semiótica da PUCSP. São Paulo: EDUC, n. 3, p. 151-164, 2002. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1261>>. Acesso em: 10 maio. 2019.

_____. Mediação, midiatização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In: FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da; FAUSTO NETO, Antônio; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro Gilberto. (Orgs). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?**. Santa Maria: FACOS - UFSM, p. 63-99, 2018. E-book. Disponível em: <<http://www.midiaticom.org/entre-o-que-se-diz-e-o-que-se-pensa-onde-esta-a-midiatizacao/>> Acesso em: 13 maio. 2019.

FIEGENBAUM, Ricardo Zimmermann. **Midiatização do campo religioso e processos de produção de sentido. Análise de um conflito anunciado: O caso do Jornal Evangélico da IECLB**. 2006. 250 f.. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, fev. 2006.

GASPARETTO, Paulo Roque. Midiatização da Religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudos sobre a recepção da TV Canção Nova. **Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção” da Compós de 2010**. Disponível em: < http://compos.com.puc-rio.br/media/qt12_paulo_roque_gasparetto.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2019.

GIL, Antonio Carlos. Pesquisa Social. In:_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. 5ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2012. p. 26-32.

_____. Delineamento da Pesquisa. In:_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. 5ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2012. p. 49-59.

_____. Questionário. In:_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. 5ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2012. p. 121-135.

_____. Análise e Interpretação. In:_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. 5ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2012. p.156-180.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GOMES, Pedro Gilberto. Da sociedade dos mídias à sociedade em midiatização. **IHU-Online** - Revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, n. 357, p. 22-24, 11 abr. 2011. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/edicao/357>>. Acesso em: 16 maio. 2019.

_____. **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução.** São Leopoldo: Unisinos, 2017.

HISTÓRIA: Origem. **Rede Mundial de Oração do Papa.** Portugal, 2019. Disponível em: <<https://redemundialdeoracaodopapa.pt/quem-somos/historia>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade.** São Leopoldo: Unisinos, 2014.

JOÃO PAULO II. **Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do Novo Milênio.** Mensagem para o 34º Dia Mundial das Comunicações Sociais. *Vatican.va*, Vaticano, 24 jan. 2000. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20000124_world-communications-day.html>. Acesso em: 23 out. 2018.

_____. **Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho.** Mensagem para o 36º Dia Mundial das Comunicações Sociais. *Vatican.va*, Vaticano, 24 jan. 2002. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html>. Acesso em: 23 out. 2018.

MALDONADO, Alberto Efendy. Pesquisa em Comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: MALDONADO, Alberto Efendy et.al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos.** 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 277-303.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (Orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Em Comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 269-279. E-book. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474400/cfi/293!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

SBARDELOTTO, Moisés. **“E o verbo se rede”:** religiosidades em reconstrução no ambiente digital. São Paulo: Paulinas, 2017.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o “processo de midiatização”. **Revista Mediação.** Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde. Belo Horizonte, v.9, n.8, jan/jun 2009. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/285>>. Acesso em: 27 nov. 2018.

SOUSA, Marco Túlio de. Rezando pelo smartphone: reconfigurações de práticas religiosas em um grupo de oração católico pelo WhatsApp. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos.** Unisinos, São Leopoldo, vol. 20, n. 2, p. 217-230, mai./ago 2018. Disponível em:

<<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2018.202.07>>.

Acesso em: 10 maio. 2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (Orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 51-61. E-book. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474400/cfi/75!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**. Buenos Aires, n. 48, p. 10-17, 1997.

_____. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan/jun 2014.

Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado

Este questionário faz parte de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Taquari - Univates. As respostas serão usadas exclusivamente para análise e conclusão do estudo. Conforme primeiro contato, foi solicitado que você utilizasse o aplicativo Click To Pray. Agora, peço que você responda às questões conforme suas impressões:

- Qual a sua idade?

- Sexo

☐ Feminino

☐ Masculino

- Qual a sua escolaridade?

☐ Ensino Fundamental

☐ Ensino Médio

☐ Superior incompleto

☐ Superior completo

☐ Superior com especialização

☐ Mestrado

☐ Doutorado

☐ Phd

- Qual a sua religião?

- Você conhecia o aplicativo Click To Pray antes da proposta desta pesquisa?

- Com que frequência você acessou o app?

- Em termos de usabilidade, o aplicativo é fácil de ser utilizado ou você enfrentou algum tipo de dificuldade?

- Se enfrentou algum tipo de dificuldade, qual foi?

- Em termos gerais, qual sua opinião sobre o conteúdo das postagens realizadas no app?

- Você considera a proposta do aplicativo válida? O que mais te chamou a atenção?

- Você acessava o perfil do Papa Francisco na seção “Reza em Rede”?

- Se sim, você chegou a interagir (através o botão Click To Pray ou através de comentário) em alguma das publicações do Papa?
- Você publicou algum tipo de intenção/prece na seção “Reza em Rede”?
- Você costumava ler as publicações dos outros usuários, além do Papa Francisco?
- Se sim, chegou a refletir sobre alguma intenção específica?
- O conteúdo das preces lhe chamou a atenção? Por quê?
- Você acredita que a prática da oração realizada por meio do aplicativo tem a mesma validade da oração feita no templo físico (Igreja)? Por quê?
- Ao acessar o aplicativo, você percebeu alguma mudança na sua proximidade com as preocupações da Igreja Católica? Por quê?



UNIVATES

R. Avelino Talini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil
CEP 95914.014 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000
www.univates.br | 0800 7 07 08 09